



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

미술경영학석사학위논문

미술 전시와 관련한
저작권 쟁점에 대한 연구
- 기획 및 운영을 중심으로 -

2018년 2월

서울대학교 대학원
협동과정 미술경영전공
유 다 연

미술 전시와 관련한
저작권 쟁점에 대한 연구
- 기획 및 운영을 중심으로 -

지도교수 정 영 목, 정 상 조
이 논문을 미술경영학석사학위논문으로 제출함

2017년 12월

서울대학교 대학원
협동과정 미술경영전공
유 다 연

유다연의 석사학위논문을 인준함
2018년 1월

위 원 장	김 상 훈	(인)
부 위 원 장	김 영 철	(인)
위 원	정 상 조	(인)
위 원	정 영 목	(인)

국 문 초 록

오늘날의 미술관은 공중에게 문화예술을 습득할 수 있는 기회를 제공한다는 점에서 그 공익적 가치가 재차 거론된다. 미술관은 이러한 교육적 역할을 수행하기 위하여 미술관은 전시와 교육 프로그램 등 관람객과 직접적으로 상호 교류가 가능한 서비스 중심의 프로그램 기획에 그 경영전략의 비중을 많이 두고 있으며 미술 작품의 조사·연구를 통한 전시기획의 중요성이 대두되고 있다.

미술관 전시기획에서 활용하는 미술 작품은 저작권법상 창작자의 아이디어를 표현한 저작물의 한 유형이다. 그러므로 전시 기획자는 업무를 진행하는 데에 있어 해당 저작물의 공정한 이용 방식을 모색하여 작가의 저작권을 침해하지 않도록 유의하여야 한다. 그러나 한국의 미술저작물 관련 판례의 수가 충분치 않을 뿐만 아니라 미술저작물 관련 연구는 미술 작품에 관한 저작권 쟁점과 저작자인 작가의 권리 측면에서 이루어진 것들이 많다. 따라서 전시 기획자가 실무를 하는 데 있어 참고하고 지식을 습득할 경로가 부족한 실정이다. 그러므로 문화발전의 기점 중 하나인 미술관의 전시 기획자 측면에서 저작권법을 연구해야 할 필요성이 더욱 요구된다.

본 논문은 이러한 문제의식 아래 전시를 기획하고 운영하는 과정에서 미술저작물을 사용하는 전시 기획자가 대면할 수 있는 저작권법 쟁점을 살펴보았다. 저작권법상 ‘전시(展示)’라는 용어의 정의 규정이 부재하다는 문제에서 출발하여 ‘전시’에 대한 법원과 학계의 해석을 검토하고 전시기획상의 개념 정의와의 차이점을 분석하였다. 이러한 고찰은 전시의 장소가 미술관 내부에서 야외, 인터넷 등 비전통적인 장소로 확장해나가는 현재의 전시기획이 봉착할 수 있는 법적 논쟁과 쟁점을 분석할 기회를 제공하였다.

나아가 전시기획과 운영 과정에서 미술저작물은 전시 외에 복제, 배포, 전송하여 이용된다. 특히 전시 참여 작품과 전시 전경 등을 촬영하는 행위에 초점을 맞추었다. 전시 도록 제작을 포함하여 안내

와 홍보의 목적으로 촬영 이미지를 사용할 경우와 관람객이 전시장에서 촬영한 사진을 SNS상에 업로드할 경우 전시기획자가 유의해야 할 사항들을 검토하였다.

마지막으로 여러 방법으로 미술저작물을 사용하는 전시기획에서 체결할 저작권 계약서의 형태와 계약 조항 작성법을 논의하였다. 이는 미술저작물의 특성상 원본의 유통을 통해 저작재산권자와 소유권자가 분리되는 경우가 많다는 점과 계약의 형태가 구두에서 서면 계약까지 여러 형태로 체결될 수 있다는 점을 고려한 것이다.

미술관의 전시기획에서 발생하는 저작권법 쟁점을 이론적으로 접근하여 고찰해보는 것은 미시적으로는 전시 기획자를 위함이라 볼 수 있지만, 미술관의 공익적 역할을 고려한다면 거시적으로는 사회의 이익을 위함이다. 따라서 본 연구는 전시 기획자에게 저작권법의 기초 지식을 제공하여 보다 전문적인 전시기획 문화뿐만 아니라 사회 전반적으로 발전된 예술적 역량을 기대할 수 있다는 점에서 의의가 있다.

주요어 : 미술전시, 전시기획, 전시권, 복제권, 배포권, 전송권,
저작권 계약

학 번 : 2014-22752

목 차

제1장 서론	1
제1절 연구 배경	1
제2절 연구 목적 및 내용	3
 제2장 전시의 개념 및 범위 규정 부재로 인한 저작권 관련 쟁점 ...	6
제1절 전시의 개념 및 범위의 정의	6
I. 법률상 전시 개념: 법원과 학계의 해석	6
II. 해석에 대한 고찰	14
제2절 전시의 법률상 해석과 전시기획상 정의의 차이점	24
I. 정보전달 수단으로서의 전시	24
II. 해석의 차이와 시사점	27
제3절 전시 장소에 따른 전시권 적용 여부	28
I. 공중송신권의 적용 대상으로서 온라인 전시	28
II. 야외전시의 전시권 침해 가능성	32
 제3장 저작물의 복제, 배포, 전송과 저작권 관련 쟁점	37
제1절 전시 안내 책자 및 도록 제작과 저작권	37
I. 안내 책자 및 도록의 제작과 복제권	37
II. 도록의 유상 판매와 배포권	44
III. 인터넷상 저작물의 이미지 게시와 전송권	47
제2절 저작물의 사진 촬영과 저작물성	50
I. 저작물 촬영 이미지의 저작물성	50
II. 관람객의 저작물 촬영과 저작권	54
 제4장 미술전시와 저작권 계약	58
제1절 미술관에서 저작물의 전시와 전시권의 제한	58

I. 전시되는 저작물의 종류	58
II. 전시되는 저작물의 저작권과 소유권 조율	62
제2절 미술관 전시를 위한 저작권 계약	66
I. 저작권 계약의 종류와 이용범위 해석의 원칙	66
II. 저작권 계약서의 활용과 조항의 내용	70
 제5장 결론	 75
 참고문헌	 80
 부록	 86
저작재산권 전부에 대한 양도 계약서	
저작재산권 일부에 대한 양도 계약서	
저작재산권 독점적 이용허락 계약서	
저작재산권 비독점적 이용허락 계약서	
 Abstract	 104

표 목차

[표 1] 저작권재산권의 구도	7
[표 2] ‘전시’에 대한 법원과 학계의 해석	10

제1장 서론

제1절 연구 배경

저작권법은 문화 및 관련 산업의 발전을 도모하기 위하여 입법되었다. 이러한 목적은 저작자의 사상과 감정의 소산인 저작물에 관한 배타적 권리를 보호하여 개인의 경제적 이익을 부여하고, 동시에 일반 대중으로부터 저작물에 대한 공정한 이용을 유도하여 창작의욕을 고취할 수 있을 때 실현된다. 저작자의 권리를 과도하게 인정한다면 공중이 저작물을 이용하는 과정이 복잡하고 어려워지므로 문화를 향유할 수 있는 기회가 줄어들게 된다. 반대로, 저작자의 권리를 축소한다면 저작물에 의한 경제적 이익이 감소할 수 있으므로 공중으로부터 문화 발전을 위한 창작 행위를 유인해내지 못할 것이다. 따라서 저작권법은 저작자의 권리와 대중의 권리, 즉 ‘점유’와 ‘공유’ 사이에서 적절한 균형을 이루는 법적 수단을 제시하고자 한다. 나아가 그 본질에는 문화 창작물을 공공재로서 바라보는 시각이 내재되어 있다.

반면 미술관은 미술품과 미술 관련 자료를 수집·관리·보존·조사·연구·전시하는 비영리적이고 영속적인 기관이다.¹⁾ 1948년 세계인권선언에 근거하여 모든 사람은 문화권(right to culture)을 갖는다는 사상이 대두되었고 2차 세계대전 직후에 황폐화된 사회에서 인간의 존엄성을 회복시킬 수 있는 자산으로써 문화의 중요성이 점차 강조되었다.²⁾ 따라서 문화를 모든 사람에게 개방할 수 있는 공공자본으로서 미술관의 사회적 역할 또한 두드러지게 되었다.

오늘날의 미술관은 공공자본으로 자리매김하며 미술품에 관한 조

1) 박물관 및 미술관 진흥법 제2조

2) 서순복, 「문화의 민주화 문화민주주의의 정책적 함의」, 『한국지방자치연구』, 제8권 제3호(2007), 대한지방자치학회, pp. 29-30.

사·연구를 토대로 관람객이 어떤 문화예술적 향유와 경험을 하도록 할 것인지에 집중하게 되었다. 따라서 미술관은 전시와 교육 프로그램 등 관람객과 직접적으로 상호 교류가 가능한 서비스 중심의 프로그램 기획에 그 경영전략의 비중을 많이 두고 있다. 나아가 대중에 대한 미술관의 개방성과 접근 가능성이 미술관 경영 핵심이 되어 ‘정보와 문화 습득의 확장’이라는 새로운 미술관의 책임을 다하려 노력하고 있다.

미술관에서 기획되는 전시란 저작물의 일종인 미술 작품을 선정된 하나의 접근법을 토대로 대중에게 보여주는 것이다. 개인의 창작의 욕을 유도하여 문화와 과학의 발전을 도모하는 것이 저작권의 입법 목적이라는 점을 염두에 둘 때 전시기획 역시 대중에게 문화 향유의 기회를 제공하고 창작성을 자극하여 문화적 생산 증가를 꾀하므로 저작권법의 의도가 구체화되는 별도의 개체로 볼 수 있다. 나아가 전시 기획자는 이러한 전시를 통해 공중이 미술저작물을 감상할 기회를 제공하여 사회의 문화발전을 실현하는 중개인 역할을 한다. 즉, 이는 전시 기획자의 업무 방식에도 관심을 가져야 한다는 점을 시사한다.

그러나 한국은 미술저작물 판례의 수뿐만 아니라 관련 연구 또한 충분하지 못하기 때문에 전시 기획자들이 참고하고 지식을 습득할 경로가 절대적으로 부족한 실정이다. 더구나, 미술저작물 관련 연구는 미술 작품에 관한 저작권 쟁점과 저작자인 작가의 권리 측면에서 이루어진 것들이 많아, 정작 전시 기획자의 입장에서 실무적으로 참고하기엔 적합한 연구가 많지 않다. 한국 미술기획은 실무에 있어서 아직까지는 별다른 저작권법 관련 분쟁이 발생하지 않고 있다. 하지만 이는 저작권자와의 양해와 타협을 통하여 저작물을 사용해 온 기존 관행으로 인한 것이기도 하다.³⁾ 즉, 미술전시기획의 현 상황은 전시 기획자가 저작권 법률 및 제도에 상반되는 관행의 지속 보다는 해당 법에 대한 지식 정도를 완비하여 저작물의 합법적인

3) 정윤정, 「미술저작권에 관한 연구」(석사학위논문, 홍익대학교, 2007), p. i.

이용을 실행해야 할 필요성을 제안한다. 따라서 문화발전의 기점 중 하나인 미술관의 전시 기획자 관점에서 저작권법을 연구해야 할 것으로 판단된다.

제2절 연구 목적 및 내용

저작물에 대한 저작자의 권리는 저작인격권과 저작재산권으로 나뉜다. 저작인격권은 저작자의 일신에 전속하는 권리이지만 사망 후에도 저작인격권을 침해하는 행위에 대하여는 명예훼손 청구를 할 수 있다. 반면 저작재산권은 저작물에 대한 경제적 권리를 보장하는 것으로 그 존속기간은 저작자 사망 후 70년이다. 저작물에 대한 저작재산권자의 권리는 보호 기간이 만료하면 소진되기 때문에 해당 저작물은 공공 영역(public domain)이 되며 자유이용이 허락된다. 즉, 공중 누구든지 어떠한 방법이나 목적으로 그 저작물을 사용할 수 있다는 것이다. 따라서 이러한 저작물을 전시에 사용할 경우에는 저작자의 인격권을 현저히 침해하지 않는 이상 큰 문제가 없어 보인다. 반면, 저작물에 대한 권리가 소진되지 않은 저작물을 사용할 경우에는 그에 대한 권리가 보호되므로 권리를 침해하지 않도록 유의해야 한다. 때문에 본 논문은 저작권이 아직 소진되지 않은 근·현대미술 작품을 다루는 미술관 전시 기획에 집중하고자 한다.

미술 전시공간의 유형으로는 미술관, 대안공간, 갤러리, 컨벤션 센터 등의 있다. 그러나 본 논문은 여러 전시 공간 중 미술관에서 이루어지는 근·현대미술 관련 전시기획으로 연구의 범위를 설정한다. 미술관은 사회적으로 공공의 교육적 역할이 강조되며 비영리적 성격이 강하다. 비록 한국의 경우, 현대미술 전시가 활성화되지 않은 시기에 상업 갤러리들이 주체가 되어 대중에게 세계의 현대미술을 소개하는 전시를 기획하는 방법으로 대중의 문화 수요에 큰 기여를 하였다.⁴⁾ 그러나 갤러리는 기본적으로 영리적 성격이 강하다. 그러

므로 갤러리의 전시기획은 기본적으로 미술품의 거래를 성사시키기 위하여 예술성과 학문적 측면보다는 경제적 가치를 중심으로 진행된다. 저작권법이 개인의 경제적 권리를 보호하는 측면도 있지만 결국은 사회 전체의 공익을 목적으로 한다는 점을 비추어 볼 때, 저작권법, 미술관, 그리고 미술관의 전시기획이 꾀하는 목표에서 공리(公利)적 유사성에 주목하게 되었다. 따라서 미술관의 근·현대미술 관련 전시기획으로 연구의 범위를 제한하는 것이 적합해 보인다.

앞서 논했듯이 미술저작물 관련 판례와 연구가 부족하다 보니 실무를 하면서 전시 기획자가 참고할 수 있는 경로가 많지 않다. 때문에 본 논문은 전시를 기획하고 운영하는 과정에서 미술저작물을 사용하는 전시 기획자가 대면할 수 있는 저작권법 쟁점을 살펴볼 것이다. 미술관의 전시기획에서 다루지는 저작권법 쟁점을 이론적으로 접근하는 것은 미시적으로는 관련 전시 기획자를 위함이라 볼 수 있지만, 거시적으로는 사회의 이익을 위함이다. 본 연구를 통하여 전시 기획자에게 저작권법의 기초 지식을 제공해 보다 전문적인 전시기획 문화뿐만 아니라 사회 전반적으로 발전된 예술적 역량을 기대해 볼 수 있기 때문이다.

제2장에서는 먼저 저작권법상 정의 규정이 없는 ‘전시(展示)’의 개념에 대한 법원과 학계의 해석을 고찰해 볼 것이다. 두 해석의 검토를 통해 해당 용어의 정의에 대한 법률과 전시기획의 차이점을 논의할 것이다. 더불어 그 차이로 인하여 비전통적인 미술 전시 장소인 인터넷과 야외에서 이루어지는 전시를 기획하고 운영할 경우 나타날 수 있는 법적 쟁점을 분석해 보고자 한다.

제3장에서는 미술관 공간에서 전시되는 미술 작품을 복제, 배포, 전송할 경우 발생하는 저작권법 쟁점을 논의할 것이다. 특히, 전시 도록 및 안내용 인쇄물 제작을 위하여 미술저작물을 사진 촬영하여 복제하고 배포하는 경우와 미술관의 웹사이트와 SNS 계정 등 온라인상에 사진 이미지를 게시할 경우에 초점을 맞추어 분석해보고자

4) 옹호성, 『예술경영』 (김영사, 2014), p. 150.

한다. 나아가 인터넷과 스마트폰의 발전으로 인하여 관람객이 관람 중에 촬영한 전시장 전경과 작품 사진을 SNS 계정에 올리는 사례가 빈번하다. 따라서 미술저작물을 촬영한 사진을 새로운 사진저작물로 인정할 수 있는지의 여부를 우선적으로 살펴 본 후 해당 사진이 저작재산권자의 권리를 어떠한 방식으로 침해할 수 있는지를 파악해보고자 한다.

제4장에서는 미술저작물의 저작재산권자와 소유권자 사이의 권리 충돌을 조절하기 위하여 입법한 저작권 제한 규정 중 미술저작물의 전시와 복제에 대한 제한 규정에 집중할 것이다. 이를 통해 전시를 포함하여 복제, 배포, 전송 등의 이용 방식에 대한 저작권 계약 체결 여부를 판단해 볼 것이다. 나아가 저작권 계약서를 체결할 경우 유의해야 할 계약 조항을 살펴보며 본 논문을 마무리할 것이다.

제2장 저작권법상 전시의 개념 및 범위

제1절 전시의 개념 및 범위의 정의

I. 법률상의 전시 개념: 법원과 학계의 해석

한국 저작권법에서 공표의 정의(제2조 제25호), 공표권의 제한(제11조 제3항), 전시권(제19조), 전시권의 제한(제35조) 규정 등에서 ‘전시(展示)’가 서술되고 있다. 그러나 저작권법에서 사용하는 용어의 뜻을 정의하는 저작권법 제2조는 ‘전시(展示)’의 뜻에 관한 조문을 누락하였다. 따라서 용어의 법률상 전시의 개념과 범위는 위 조문의 입법 취지, 구조 등을 비추는 법원의 판결과 학설의 해석에 의하여 간접적으로 해석되고 있다.⁵⁾ 이와 같이 정의를 규정하는 조항이 부재하다는 점은 저작물을 이용함에 있어서 특히 문제로 보여 진다.

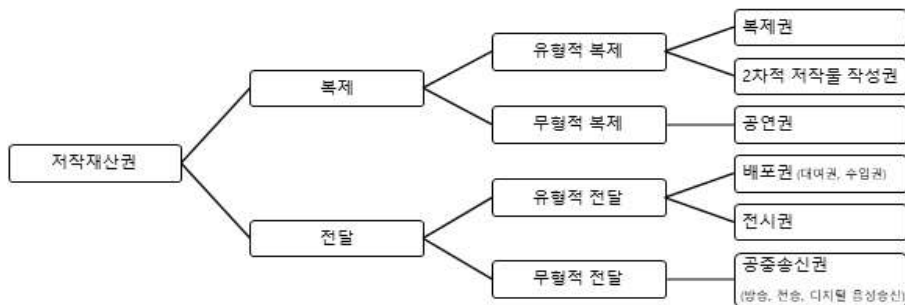
1. 법원의 해석

대법원은 인터넷 링크(internet link)를 하는 행위가 복제, 전송 및 전시에 해당하는지에 관한 판례에서 전시를 미술저작물·건축저작물 또는 사진저작물(이하 ‘미술저작물 등’이라 한다)의 원작품이나 그 복제물 등의 유형물을 일반인이 자유로이 관람할 수 있도록 진열하거나 게시하는 것을 말한다고 판단하였다.⁶⁾ 이러한 해석은 전시권의 내용, 입법 취지 등에 근거하여 간접적으로 정의한 것이다.

5) 김형렬, 「저작권법상의 전시권 관련 규정의 문제점과 개선방안」, 『정보법학』, 제18권 제3호(2014), 한국정보법학회, p.148.

6) 대법원 2010.3.11. 선고 2009 다4343 판결.

한국 저작권법은 미술저작물 등의 특수성을 감안하여 전시권의 객체를 미술저작물 등으로 한정시켜 입법하였다. 여타 저작물과 달리 일품제작의 형태로 제작되는 미술저작물 등은 일반적으로 그 경제적, 예술적 가치가 원본에만 귀속되어 있어 통상적인 거래의 형태가 원본의 유통이며 원본의 전시로 소비되기 때문이다. 나아가 법원은 번역본과 같은 어문저작물이 전시권의 객체가 될 수 있는지에 관한 판례에서 어문저작물은 ‘전시’의 방법으로 이용될 수 없으며 전시권은 미술저작물 등에 국한 지어 인정된다고 판시하였다.⁷⁾ 즉, 법원은 전시의 객체를 미술저작물 등으로 제한하였고 저작물을 유형적으로 보여주는 이용 형태의 하나로 판단한 것이다.⁸⁾ <표1>⁹⁾



[표 1] 저작권재산권의 구도

또한 법원은 호텔 라운지에 전시된 미술저작물이 복제권 제한 규정의 대상¹⁰⁾이 되는지에 관한 판례에서 저작권법상 저작권자의

7) 대법원 2010. 9. 9. 선고 2010도4468 판결.

8) 허희성, 『2007 신저작권법 축조개설 (상)』 (명문프리컴, 2007), p. 256.

9) 임원선, 『실무자를 위한 저작권법』 (한국저작권위원회, 2014), p. 128.; 저작권법에 대한 저작물의 이용방식을 분류한 표로, 전시권은 “유형적 전달”에 속한다는 것을 보여준다.

10) 저작권법 제35조 제1항은 “미술저작물 등의 원본의 소유자나 그의 동의를 얻은 자는 그 저작물을 원본에 의하여 전시할 수 있다. 다만, 가로·공원·건축물의 외벽 그 밖에 공중에게 개방된 장소에 항시 전시하는 경우에는 그러하지 아니하다”고 규정한다.

저작권법 제35조 제2항은 “제1항 단서의 규정에 따른 개방된 장소에 항시 전시되어 있는 미술저작물 등은 어떠한 방법으로든지 이를 복제하여 이용할 수

권리가 미치는 전시의 범위는 공중에 개방된 야외의 장소만을 말한다고 판결하였다. 법원은 제35조 제1항 단서에서 ‘가로·공원·건축물의 외벽 그 밖에 공중에 개방된 장소’를 해석함에 있어 도로나 공원 기타 일반 공중이 자유롭게 출입할 수 있는 ‘옥외의 장소’와 건조물의 외벽 기타 일반 공중이 보기 쉬운 ‘옥외의 장소’를 말하는 것이고, 옥내의 장소는 비록 일반 공중이 자유롭게 출입할 수 있다고 하더라도 일반 공중이 쉽게 볼 수 있는 곳이라고 말할 수 없다고 판단하였다. 다시 말해, 호텔 라운지와 같은 실내 공간은 공중에 개방된 장소에 해당하지 않으며 복제권 제한이 적용되는 전시 장소의 범위는 옥외의 장소만을 말하는 것이라고 판시한 것이다.¹¹⁾ 이는 옥내의 장소가 개방된 장소로 포함되어 해석하게 되면 미술저작물의 소유자가 일반 공중의 출입이 자유로운 건축물 내부의 장소에서 그 미술저작물을 전시하는 경우에도 항상 저작권자의 동의가 필요하다는 불합리한 결과가 초래된다는 이유를 들고 있다.

2. 학계의 해석

학설은 위의 대법원 판결과 마찬가지로 한국 저작권법 규정에서 전시가 명시되는 조문의 입법 취지, 형식 및 구조를 바탕으로 공표의 방식과 전시권의 내용으로서 전시를 이해하고 있다.

(1) 전시 객체

법원의 입장과 마찬가지로 학설은 전시의 객체를 저작권법 제11조 제3항과¹²⁾ 제19조에¹³⁾ 의거하여 미술저작물·건축저작물

있다”고 규정한다.

11) 서울중앙지방법원 2007. 5. 17. 선고 2006가합104292 판결

12) 저작권법 제11조 제3항은 “저작자가 공표되지 아니한 미술저작물·건축저작물 또는 사진저작물(이하 “미술저작물 등”이라 한다)의 원본을 양도한 경우에는 그 상대방에게 저작물의 원본의 전시방식에 의한 공표를 동의한 것으로

•사진저작물로 제한•해석하였다. 나아가 제19조의 내용에 따라 미술저작물 등의 원본이나 복제물의 전시만을 전시권의 적용 대상으로 보고 있다.

(2) 전시 방법과 대상

전시라는 용어는 통상적으로 물건을 감상할 수 있도록 보여주거나 보거나 하는 행위를 묘사하는 것이며, ‘제시’, ‘진열’, ‘열람’ 등의 단어와도 혼용하여 사용한다. 학설은 사회에서 쓰이는 의미와 저작권법에서 전시가 공표의 형태로 열거되어있다는 점을 비추어 전시를 공중이 저작물을 향유할 수 있도록 공개 하는 행위로 이해한 것으로 보인다.¹⁴⁾ 따라서 전시 방법을 ‘진열’ • ‘게시’ • ‘늘어놓다’ • ‘시각적으로 보여주다’ 등의 문구를 사용하면서 미술저작물 등을 시각적으로 볼 수 있는 상태의 관람하는 것으로 풀이하고 있다. <표2>¹⁵⁾

저작물을 공중에게 공개하는 행위를 말하는 공표는 그 대상을 공중으로 한다. 공중이란 가족의 통상적인 범위와 그 사회적 지인을 벗어나는 불특정 및 특정 다수인을 뜻한다.¹⁶⁾ 전시를 공표의 한 형태로 이해하고 있는 학설은 전시의 대상 또한 가족의 범위를 벗어나는 다수의 공중, 혹은 일반인으로 판단하였다.<표2> 즉, 학설은 전시를 공중이 미술저작물 등을 시각적으로 관람할 수 있는 상태에 두는 방식으로 해석한 것이다.

그러나 학설 중에는 직접전시와 간접전시로 관람 방식을 구분하며 두 방식 모두 전시에 포함된다는 견해가 있다. 직접전시는 저작물의

추정한다” 고 한다.

13) 저작권법 제19조는 “저작자는 미술저작물 등의 원본이나 그 복제물을 전시할 권리를 가진다” 고 한다.

14) 저작권법 제2조 제25호는 ‘공표’란 “저작물을 공연, 공중송신 또는 전시 그 밖의 방법으로 공중에게 공개하는 경우와 저작물을 발행하는 경우를 말한다” 고 한다.

15) 해당 표는 김형렬(주 5), p.150의 내용을 참고•보안한 것이다.

16) 저작권법 제2조 32호

	출처				“전시”의 해석
	저자	단행본명	출판사, 연도	쪽수	
1	하용득	저작권법	법령편찬 보급회, 1988	160	“전시라 함은 일반적으로 물(物)을 <u>공중이 자유롭게 관람할 수 있는 상태에 두는 것을 말한다.</u> ”
2	법원행정 처 (김정술 집필부분)	지적재산권 에 관한 제문제 (下)	법원행정 처, 1992	305	“전시는 저작물이 화채되어 있는 <u>유형물을 일반인이 자유로이 관람할 수 있도록 진열하거나 제시하는 것을 말한다.</u> ”
3	장인숙	저작권법원 론	보진재, 1996	82	“전시란 저작물이 담겨져 있는 물체를 <u>공중이 관람할 수 있도록 진열하거나 제시하는 것을 말한다.</u> “
4	윤경	저작권법	육법사, 2005	442, 493	“전시라 함은 미술저작물 등을 일반 <u>공중이 관람할 수 있도록 하는 것 [...]</u> 여기서의 전시는 공개전시를 의미하고 가정에서의 진열은 포함하지 않는다.”
5	정상조 (이대희 집필부분)	저작권법 주해	박영사, 2007	414	“전시는 저작권법에 정의되어 있지 않지만, 일반적으로 미술저작물 등이 <u>화채되어 있는 유형물을 늘어놓아 보여주는 것을 의미한다.</u> 전시는 미술저작물, 건축저작물, 사진저작물(미술저작물 등)의 원작품이나 복제물을 <u>일반 공중에 시각적으로 보여주는 것이다.</u> ”
6	대법원 2010. 3. 1. 선고 2009다4343 판결				“구 저작권법은 같은 법 제19조 소정의 '전시'에 관하여는 별도의 정의 규정을 두고 있지 않지만, 그 입법취지 등을 고려하면 위 법조에서 말하는 '전시'는 미술저작물 건축저작물 또는 사진저작물(이하 '미술저작물 등'이라 한다)의 원작품이나 그 복제물 등의 <u>유형물을 일반인이 자유로이 관람할 수 있도록 진열하거나 제시하는 것을 말한다</u> 고 할 것이다. “
7	하동철	디지털시대 의 음악공연권 해설	커뮤니케 이션 박스, 2011	76	“전시는 미술저작물의 원작품이나 그 복제물 등의 <u>유형물을 공중에 보여주는 것</u> 이라고 할 수 있다. “
8	임원선	실무자를 위한 저작권법	한국저작권 위원회, 2014	146	“우리 법에서는 명시적으로 규정하고 있지는 않으나 저작권법에서의 전시권이란 <u>공중에 보일 것을 목적으로 하는 전시</u> 에만 해당하고, 가정 및 이에 준하는 한정된 범위 내에서의 전시는 포함되지 아니하는 것으로 이해하는 것이 타당하다.”
9	박성호	저작권법	박영사, 2014	342	“따라서 미술저작품이나 건축저작물 또는 사진저작물을 전시한다는 것은 <u>공중의 출입이 가능한 장소에 이들 저작물을 공개하는 것을</u> 말하고, 가정과 같은 사적 공간에 미술저작물을 걸어두는 경우를 의미하는 것이다. “
10	이해완	저작권법	박영사, 2015	502	“'전시'는 저작물이 화채되어 있는 <u>유형물을 일반인이 자유로이 관람할 수 있도록 진열하거나 제시하는 것을 말한다.</u> ”
11	오승중	저작권법	박영사, 2016	558	“'전시'는 저작물이 화채되어 있는 <u>유형물을 일반인이 자유로이 관람할 수 있도록 진열하거나 제시하는 것을 말한다.</u> “

[표 2] ‘전시’에 대한 법원과 학계의 해석

원본이나 복제물이 화체된 유형물을 공중이 직접 감상할 수 있게끔 전시하는 방식이다. 반대로 간접전시란 필름, 슬라이드, 텔레비전 영상, 그 밖의 기계 장치에 의하여 원본의 복제물을 보여주는 것으로 미술저작물 등을 무형적으로 전달하는 방식이다. 나아가 해당 견해는 ‘간접전시’를 인터넷을 통해 미술저작물 등을 전송하고 모니터에 현시하여 감상하도록 하는 ‘인터넷 전시’는 제외한다는 의견과¹⁷⁾ 포함한다는 의견으로¹⁸⁾ 나뉜다. 반대로 이른바 ‘직접전시’만이 전시라고 주장하는 학설은 ‘간접전시’가 저작물의 무형적 전달행위인 학설은 한국 저작권법에서 ‘공표’에 대해 정의한 제2조 제25호에서 공표의 형태로 전시, 공연, 그리고 공중송신을 개별로 열거한 점을 근거로 삼고 있다. 따라서 공연에 포함되는 상영과 공중송신의 일종인 전송은 저작물을 유형적으로 전달하는 ‘전시’와 개념적으로 구별되는 별도의 양상이라고 주장한다.¹⁹⁾ 나아가 해당 견해는 전시의 방법을 더 명확히 설정하기 위하여 ‘저작물(품)이 화체되어 있는 유형물’ 등의 문구를 서술하여 전시의 객체가 유형의 물(物)이라는 것을 부연 설명하였고, 이러한 물의 무형적 전달은 전시에서 제외된다는 것을 강조한다.²⁰⁾

(3) 전시 장소

학설은 전시의 대상이 공중이라는 점을 토대로 ‘공중에게 개방된 장소’²¹⁾를 전시의 장소로 보고 있다. 사적 장소를 제외하는 것은 미술저작물 등의 특성 때문일 것이다. 미술저작물 등은 원본의

17) 송영식·이상정 『저작권법 개설(제8판)』 (세창출판사, 2012), p. 231.

18) 정상조 편 『저작권법 주해』 (박영사, 2007), p. 417. (이대회 집필부분)

19) 박성호(주 19), pp. 342-343.

20) 장인숙, 『저작권법원론』 (보진재, 1996), p. 82; 윤경, 『저작권법』 (육법사, 2005), pp. 442, 493; 하동철, 『디지털시대의 음악공연권 해설』 (커뮤니케이션 북스, 2011), p. 76; 이해완, 『저작권법』 (박영사, 2015), p. 502; 오승중, 『저작권법』 (박영사, 2016), p. 558.

21) 저작권법 제35조 제1항

시장가치가 복제물에 비해 상당하기 때문에 원본이라는 유체물을 유통하는 것이 일반적인 미술시장의 관행이다. 또한 원본의 구매자는 구입한 저작물을 전시하여 감상할 수 있다는 전제하에 구매한다. 미술작품을 구입한 소유자가 자기 의사대로 전시할 수 없고 전시를 할 때마다 허락을 받아야 한다면 원본 소유자가 저작물을 소유하여 누릴 수 있는 이익을 해치는 결과를 낳게 될 뿐만 아니라 원본 시장가치의 하락과 미술품 유통업계를 침체시키는 역효과를 불러올 수 있다.²²⁾ 따라서, 한국 저작권법은 미술저작물 등의 소유권자와 저작권자의 권리관계의 충돌을 조율하고 미술 시장의 활성화를 위하여 소유자가 공중에 개방되지 않은 장소에서 미술저작물을 전시하는 것에 관하여는 저작권자의 묵시적 허락을 받았다고 추정하는 전시권 제한 조항²³⁾을 입법하였다. 이에 근거하여 학설은 전시에 대한 저작권자의 허락을 받아야하는 장소를 공중의 출입이 자유로운 모든 공개적인 장소로 제한하고, 소유자의 거실과 같은 사적인 장소에서의 전시는 제외한다고 해석한 것이다.

그러나 공중에 개방된 장소의 범위를 어디까지 설정하느냐에 관하여는 상반된 입장을 취하고 있다. 학설 중에서는 공중의 자유로운 관람이 가능한 이상 전시의 방법, 관람료의 징수여부는 묻지 아니한다고 주장하는 견해가 있다. 이에 따르면 미술관·도서관·상점의 진열대·진열장과 같이 전시를 위하여 마련된 장소를 포함하여 가로·공원·건축물의 외벽·호텔의 로비·극장의 복도, 그 밖의 공중의 출입이 자유로운 장소로 해석하고 있다.²⁴⁾

22) 하동철, 「전시권의 문제점과 개정방향에 관한 고찰」, 『계간저작권』, 제22권 제2호(2009), 한국저작권위원회, p.116.

23) 저작권법 제35조 제1항

24) 오승중(주 21), p. 558; 허희성(주 8), p. 257; 허희성, 『신저작권촉진해설』(범우사, 1988), p. 149.

반대로 입장료 징수와 개장 시간 등의 사유로 입장이 제한되는 곳은 공중에게 개방된 장소라 할 수 없다고 보는 견해도 있다. 다만, 이러한 입장은 유료공원이나 유료유원지와 같이 입장료를 징수하더라도 공중의 자격을 한정하지 않고 그 지역 안에서 사진촬영 등이 자유로이 인정되는 장소는 포함할 수 있다고 본다.²⁵⁾

나아가 일부 학자는 ‘전시’ 보다는 ‘공개전시’ 혹은 ‘공개적 전시’를 사용해야 할 것이라고 주장하기도 한다.²⁶⁾ 이는 전시라는 용어가 사회적으로 많이 사용되고 있으며 모든 장소에서의 진열을 포함하는 방식으로 통상 이해되고 있으므로 전시의 개념과 범위를 설정하는데 있어서 후자가 더 명료하다고 보기 때문이다.²⁷⁾

장소의 범위를 명확히 하는 것이 중요한 이유는 저작권법 제35조 때문이다. 해당 조문은 ‘공중에게 개방된 장소’에서 향시 미술저작물 등을 전시할 경우 저작권자의 허락을 얻어야 한다고 말한다. 즉, ‘공중에게 개방된 장소’를 어디까지 설정하느냐에 따라 저작권자의 동의를 얻어야 하는지의 여부와 전시 및 복제에 대한 저작물 공중이용이 가능한지의 여부가 결정된다. 학설 중에서는 앞서 ‘공중에게 개방된 장소’의 범위를 옥외의 장소로만 제한하여 해석한 법원의 판단에 대하여 상반된 의견을 내세우기도 한다. 법원의 판단에 반대하는 견해는 법원이 해당 법조문을 제한적으로 해석했다고 주장한다. 가로, 공원, 건축물의 외벽이 모두 옥외 장소임은 분명하나, 저작권법 제35조 제1항의 구조상 이는 예시에 불과하며 ‘그 밖에 공중에게 개방된 장소’에 옥내 장소가 무조건 제외될 이유는 없을 것이라고 풀이한다.²⁸⁾

25) 김정술, 「저작권과 저작인접권의 내용」, 『지적재산권에 관한 제문제(下)』, (법원행정처, 1992), p. 306.

26) ‘공개 전시’ 혹은 ‘공개적 전시’는 미국 저작권법에서의 전시권 (Right to Public Display)를 참고하여 사용되는 용어이다.

27) 김형렬(주 5), p. 155.

28) 최진원, 「미술 저작물의 전시와 파노라마의 자유」, 『정보법학』, 제12권 제

전시의 정의를 두고 학설의 여러 견해를 종합해 보자면, 그 해설에서 나타나는 공통 핵심어는 ‘일반인’ 혹은 ‘공중’, ‘출입이 자유로운 공간’, 그리고 ‘진열과 제시하는 행위’ 혹은 ‘관람이나 보여주는 행위’이다. <표2> 즉, 학설은 전시를 저작물을 이용하는 하나의 방식으로 본 것이다. 특히 공중에게 저작물을 공개하는 공표의 한 형태로 해석했으며, 미술저작물 등을 전시의 대상인 공중에게 유형적으로 공개하는 행위로 이해한 것으로 판단된다. 이는 다시 말해 법원이 전시를 ‘미술저작물 등이 담겨 있는 유형물’을 ‘공중’이라는 대상에게 ‘출입이 자유로운 장소’에서 관람할 수 있도록 하는 ‘진열하거나 제시하는’ 행위라고 간접적으로 해석한 것과 유사한 풀이라고 결론지을 수 있다. 다만 저작물을 공중에게 공개한다는 것은 이들이 해당 저작물을 자유롭게 향유 할 수 있는 개방된 환경에 제공한다는 뜻이지만 공중에게 개방된 장소를 어디까지 포함하느냐에 관한 문제는 법원의 판결과 조금 다른 입장을 취하는 학계의 주장도 존재한다. 장소의 범위를 저작권법 제35조 제1항에서 나열한 옥외의 장소는 예시에 불과하며 관람료 등의 이유로 일정 안의 범위에 제한이 있는 옥외의 장소를 포함하여 옥내의 공간이라도 공중의 자유로운 출입이 가능하다면 전시의 장소에 포함될 수 있다는 주장이 그것이다. 나아가, 미국의 입법례와 같이 ‘공개적 전시’라는 용어를 사용하여 전시의 대상을 명확히 설정해야 한다는 의견도 있다.

II. 해석에 대한 고찰

1. 전시 방식과 객체 범위의 재검토

1호(2008), 한국정보법학회, pp. 17-18.

전시권의 객체는 저작권법 제11조 제3항과 제19조에서 ‘미술저작물·건축저작물 또는 사진저작물(이하 미술저작물 등)의 원본이나 그 복제물’로 명시하고 있다. 이 범위는 미적 가치를 지닌 미술저작물 등의 특성상 유형적 유통을 통해 저작권자가 저작물에 대한 사회적, 경제적 이익을 얻으며 일반 공중의 이용형태 또한 원본을 관람한다는 점을 비추어 지정된 것이다. 조항을 토대로 법원과 학계 역시 동일하게 전시권의 보호 범위를 미술저작물 등이 화체된 유형의 원본이나 복제물로 이해하였다. 나아가 법원은 어문저작물 중 하나인 번역본을 공개하는 행위를 ‘전시’로 볼 수 있는지와 권리자의 전시권이 침해되는지를 판단함에 있어서 전시권은 미술저작물 등에 국한 지어 인정된다고 판시하여 전시의 객체 범위를 다시 한 번 검증하였다.²⁹⁾

미적 가치를 가지며 시각적인 요소로 이루어진 저작물을 보호하기 위해 입법된 전시권의 의도를 고려할 때 특히 향후에 미술저작물에 부합하지 않은 새로운 형태의 미술 작품을 저작물로 인정하고, 해당 작품의 작가에게 동일하게 전시권을 부여할 수 있을지가 문제로 나타날 것이다. 실제로 현대미술 작품의 형태는 저작권법 제4조 제4호에서³⁰⁾ 열거한 미술저작물의 예시에 벗어나는 경우가 많으며, 복합적인 성질을 갖는 작품의 수가 증가하고 있다. 그 예로는 영상저작물에 포함되는 영상작품이나 여러 매체를 사용하는 설치미술이 있다. 설치미술은 영상, 음악, 시, 연극 등의 여러 요소가 포함될 수도 있기 때문에 설치미술을 어느 종류의 저작물로 보아야 할지가 특히 문제로 보여 진다. 여러 종류의 저작물 범주에 중복 포함되는 미술 작품의 저작권자가 전시권을 행사할 수 있을지가 의문이다.

또한, 법원과 다수의 학설은 전시의 방식을 미술저작물 등을 펼쳐 보여 유형적으로 공중에게 전달하는 방식으로 풀이하고 있다. 미술

29) 대법원 2010. 9. 9. 선고 2010도4468 판결.

30) 저작권법 제4조 제4호 회화·서예·조각·판화·공예·응용미술저작물 그 밖의 미술저작물

의 범주가 넓어진 현대 미술의 특성을 고려한다면, 전시 방식을 좀 더 명확하게 해주는 조건의 도입이 시급하다 할 것이다. 현대 미술은 회화나 조각 같은 전통적인 매체에서 벗어나 퍼포먼스, 설치, 영상과 미디어 작품 등으로 그 범주가 넓어졌다. 간접적 매개 수단이 필연적인 작품처럼 미술저작물이 인식 가능한 장소에 놓여 감상할 수 있는 것만으로도 ‘직접전시’의 개념을 충족시키지는 의문이다.³¹⁾ 가령 TV 스크린을 통하여 전시가 가능한 영상 작품이나, 인터넷상에서의 활동으로 완성되는 미디어 아트 등은 매개 수단으로 무형적 형태의 전시만이 가능하다. 나아가 퍼포먼스 등의 작품 유형은 전통적인 시각예술의 범주에 적합하지 않기 때문에 작품의 특성에 따라서는 공연권, 복제권, 공중송신권 등의 별도의 권리에 해당 될 수도 있다. 따라서 현시 장치가 필수적으로 동반돼야 전시가 가능한 미술저작물이나 종합예술의 형태를 가진 미술저작물의 무형적 전시 방식을 어떻게 분류해야 하는가가 향후에 중요한 과제로 나타난다.³²⁾

2. 장소적 요건의 재검토

사회 통상적으로 감상을 위하여 미술 작품이 설치 될 수 있는 모든 공·사적 공간을 전시 장소로 보고 있다. 반면 법률상 전시의 장소는 사적 공간을 제외한 ‘공중에게 개방된 공간’으로 이해하고 있으며, 해당 장소에서의 저작물 전시만이 전시권의 대상이다. 공중에게 개방된 장소를 해석함에 있어 법원과 학설은 그 범위를 다르게 설정하고 있으나 두 견해 모두 공중의 자유로운 출입이라는 요건 아래 그 범위를 판단하는 공통점을 가진다. 해당 요건이 중요하게 여겨지는 이유는 저작권법의 목적과 미술저작물 등의 구매의도

31) 김형렬(주 5), p.160.

32) 박성호(주 19), p. 79.; 관련하여 대중문화 속에 등장하는 각종 이미지를 미술 작품에 활용하는 ‘팝아트’ 사조의 작품에 대하여 법원은 작품이 미술저작물성을 가지고 있다고 인정하였다. (서울지방법원 2001. 9. 21. 선고 2009가합29185 판결)

에서 찾아볼 수 있다.

저작권법은 저작자와 저작인접자의 권리를 보호하고 일반 대중으로부터 저작물의 공정한 이용을 도모하여 또 다른 창작의 시발점 제공을 통해 문화 및 관련 산업의 향상발전에 이바지함을 목적으로 한다.³³⁾³⁴⁾ 결국 이러한 문화발전의 원활한 순환 고리가 형성되기 위해서는 창작자인 저작자뿐만 아니라 일반 대중으로 구성된 이용자의 역할 또한 중요하다. 따라서 저작권법은 공중이라는 대상의 저작물 이용을 고려하여 구성되었으며 공중이 저작물을 향유할 수 있는 접근 범위에서만 작용한다고 할 수 있겠다.

나아가 미술저작물 등은 일품제작의 형태로 제작되므로 원본의 가치가 상당하며 구입목적이 원본을 전시하기 위함이 대부분이다. 특히 미술 작품의 경우 구매자의 거실 벽과 같은 사적 공간에 양수한 작품을 걸어 놓을 때마다 저작권자의 허락을 받아야 한다면 소유권과의 충돌이 예상된다. 따라서 한국 저작권법은 사적 공간에서의 전시는 전시권의 적용 대상이 되지 않도록 전시권 제한 규정을 입법하였다. 소유권과 저작권의 권리 조율을 감안한다면 법률상 전시의 장소를 공중의 출입이 자유로운 공간으로만 제한하는 것이 타당하다고 생각되어진다.

그렇다면 공중의 출입이 자유로운 공간의 범위를 어디까지 인정할 수 있는지가 중요한 쟁점으로 보여 진다. 특히 장소의 범위를 어디까지 인정할 수 있는지는 저작물을 사용하는 전시기획자의 입장에서는 중요한 고려 사항이다. 저작권법 제35조 제1항에 의거하여 ‘공중에게 개방된 장소’에서 항시 미술저작물 등을 전시할 경우 저작권자의 허락을 얻어야 한다고 말하고 있기 때문이다. 그러나 해당 장소의 범위를 옥외의 장소로만 보아야 하는지 옥내의 장소도 포함할 수 있는지에 관하여 한국 저작권법은 그 입장을 명확히 하고 있지 않는다. 나아가 법원의 판결과 학설은 각각 상충되는 입장

33) 저작권법 제1조

34) 정상조, 박준석, 『지식재산권법』 (홍문사, 2013), pp. 276-277.

을 취하고 있기 때문에 검토의 필요성이 제기된다.

법원은 오크우드 호텔의 라운지는 저작권법 제35조에서 규정한 “공중에게 개방된 장소”에 포함되지 않는다고 판단하여 해당 장소에 전시 되어 있는 작품의 복제가 저작권자의 복제권 침해에 해당한다고 판시하였다.³⁵⁾ 해당 판례는 호텔 라운지와 같은 옥내의 장소까지 ‘공중에게 개방된 장소’로 해석한다면 미술저작물의 소유자가 저작물을 항시 전시할 경우 저작권자의 동의를 항상 얻어야 하므로 소유권과의 충돌이 예상된다고 보았다.

비록 저작권법 제35조 제1항에서 나열한 장소가 모두 옥외이긴 하지만 ‘그 밖에’라는 문구를 포함시켰기 때문에 조항의 구조상 해당 야외 장소는 예시로서 포함된 것으로 해석할 수 있는 여지가 있어 보인다.³⁶⁾ 즉, 전시의 장소가 조항에서 열거된 장소와 같이 무조건 옥외일 필요는 없다고 생각된다.

달력의 사진 부분만을 오려서 병원 건물 복도 벽에 걸어 놓은 것이 그 사진저작물에 대한 전시권 침해인지의 여부를 판단한 판례에서는 하나의 저작물로서 달력 전체의 전시만이 허락되어 달력이 판매된다고 보았다.³⁷⁾ 때문에 달력의 구성 요소 중 하나인 사진저작물을 오려서 전시하는 것은 새로운 사진 작품을 전시하는 것에 해당한다고 판단하였다. 사건의 쟁점은 달력의 일부를 분리하여 전시하는 것이 그 사진저작물에 대한 전시권 침해인지의 여부를 판단하는 것이다. 그러나 이 사건은 병원 복도 벽에서의 저작물 이용이 전시 행위이며 해당 실내 공간을 전시 장소로 인정한다는 전제하에 전개되었다. 따라서 해당 판례의 전제 조건을 비추어 볼 때 ‘공중에게 개방된 장소’에 옥내 공간도 포함 될 수 있다고 생각되어진다.

35) 서울중앙지방법원 2007. 5. 17. 선고 2006가합104292 판결.

36) 같은 입장으로 “가로·공원·건축물의 외벽이 모두 옥외 장소임은 분명하지만, 문장의 구조상 이는 예시에 불과하며 ‘그 밖에 공중에게 개방된 장소’에 옥내 장소가 무조건 제외될 이유는 없을 것이다.” 최진원(주 29), p. 17.

37) 서울중앙지방법원 2004. 11. 11. 선고 2003나51230 판결.

또한 미국 저작권법은 ‘공개적(public)’을 정의함에 있어서 공중에 개방된 장소나 통상적인 가족의 범위를 벗어난 다수의 사람이 모인 장소에서 저작물을 공개하는 것으로 정의하고 있다.³⁸⁾ 나아가 미국 판례는 클럽 등의 반공개적(semipublic) 장소에서의 전시 또한 전시권의 적용 범위로 인정할 수 있다고 판시하였다.³⁹⁾ 같은 맥락에서, 옥내라도 병원, 미술관, 도서관 등의 장소는 위의 제한적인 옥외의 장소와 그 성격이 비슷하며 공중의 출입을 전제로 운영되고 있어 미국법이 전시 장소로 인정한 반공개적 장소에 가깝다. 나아가 옥외 공간 중 개인소유의 토지나 관람료, 개장시간 등의 사유로 공중의 입장이 일정 제한되더라도 “공중에 개방된 장소”로 인정하는 견해가 있다. 그 이유로는 유료공원이나 유료유원지와 같이 입장료를 징수하거나 개장 시간에 제한이 있다 하더라도 공중의 자격을 한정하지 않고 그 지역 안에서 사진촬영 등이 자유로이 인정되는 장소는 해당 조문의 개방된 장소에 해당한다고 보기 때문이다.⁴⁰⁾ 이와 같이 입장료 등을 요구하는 옥외의 공간도 공중에 개방된 장소에 포함된다면, 옥내더라도 일반인이 자유롭게 입출입이 가능한 공간을 ‘공중에 개방된 장소’의 범주에서 제외하는 것은 형평성에 어긋나는 무리한 해석 일수도 있다.

나아가 공연권 관련 판례를 통해 공중에 개방된 장소의 범위를 살펴볼 수 있다. 저작권법상 공연의 장소 역시 “공중에 개방된 장소”로 보고 있기 때문이다. 공연권에서는 저작물이 전달되는 장소에 있는 구성원의 수와 서로의 관계가 개방된 장소를 판단하는 중요한 요소가 된다. 법원은 4-5명의 소수의 고객이 사용하는 노래방의 구분된 방이더라도 노래방은 일반 고객 누구나가 요금만 내면 제한 없이 이용할 수 있는 공개된 장소이기 때문에 이러한 공간을

38) U.S.C. § 101; 1976 HOUSE REPORT, *supra* note 2, at 63; R. Anthony Reese, “The Public Display Right: The Copyright Act’s Neglected Solution to the Controversy over RAM Copies,” *University of Illinois Law Review*, 83:(2001), p. 87-88.

39) *Bagdadi v. Nazar*, 84 F.3d 1194, 1199 (9th Cir. 1996).

40) 오승중(주 21), p. 558; 허희성(주 8), p. 257.

사용하는 특정다수인은 공중에 해당하고 이 공간에서 저작물을 공개하는 것은 공연에 해당한다고 판시하였다.⁴¹⁾ 해당 판례는 특정다수인이 공중에 포함되는가를 판단한 중요한 판례이기도 하지만, 입장료 등의 이유로 입장이 일정 제한되는 옥내의 장소가 개방된 장소에 포함되는가를 판단한 판례이다. 비록 해당 판례는 저작물의 공연에 대한 개방된 장소의 해석에 중점을 두고 있기 때문에 전시권에서의 “공중에게 개방된 장소”를 해석함에 있어 어느 정도까지 유추하고 참고할 수 있는지는 정확하지 않다. 그러나 옥내의 공간이라도 일반 공중의 출입이 일정 제한되는 장소가 개방된 장소로 해석할 수 있다는 근거를 부가적으로 제공해준다. 따라서 화랑, 도서관, 상점의 진열대, 진열장, 호텔의 로비, 극장의 복도 등과 같은 실내 공간뿐만 아니라 유료로 운영되어 일반 공중의 출입이 일정 제한되는 옥내·외 공간이라도 공중의 출입이 전제되는 곳이라면 “공중에게 개방된 장소”로서 전시 장소로 보는 것이 타당하다고 생각되어진다.

3. ‘공개 전시’ 용어 사용에 대한 검토

(1) 미국 저작권법상 공개 전시의 내용

미국 저작권법의 전시권은 “Right of public display”라는 용어를 사용하고 있다. 전시권의 도입이 논의되던 1960년대에 그 초안에서는 “Right to exhibit”이라는 용어를 사용하였지만, 영화 산업계에서는 해당 표현을 주로 영화의 실연(performance of a motion picture)을 지칭하는 것으로 이용하였다. 전시권의 입법 취지는 2차원과 3차원적 시각 저작물의 전반적인 전시를 위함이었기 때문에⁴²⁾, “exhibit”과 동일한 의미를 가진 “display”로 변경

41) 대법원 1996. 3. 22. 선고 95도1288 판결.

42) R. Anthony Reese(주 40), p.94, quoted in *PRELIMINARY DRAFT*, *supra* note 34, §1(a)(5), at 1.

하였다.⁴³⁾

미국 입법례는 전시에 대한 정의 규정이 있다는 점을 포함하여 ‘공개 전시(public display)’라는 용어를 사용한다는 점에서 한국 저작권법과 차이를 보이고 있다. 미국 저작권법 제101조에 전시에 대한 정의 규정을 두고 있다. 전시의 객체는 음향저작물과 건축저작물을 제외한 모든 유형의 저작물을 포함하며, 영화와 같은 시청각저작물의 경우는 개별 영상을 비연속적으로 보여주는 것도 해당한다. 나아가 전시를 저작물의 원본이나 복사물을 직접적으로 보여주는 행위뿐만 아니라, 필름, 슬라이드, 텔레비전, 영상, 또는 그 밖의 장치나 방식으로 저작물의 복제물을 보여주는 행위로 규정한다.⁴⁴⁾ 이는 미술저작물, 건축저작물, 사진저작물을 직접 유형적으로 전시하는 행위만을 보호하는 국내의 전시권보다 그 보호의 폭이 넓은 것이다.

전시에 대한 정의 규정은 넓은 범위의 사용을 인정한다. 그러나 ‘전시(display)’ 보다는 ‘공개 전시’라는 용어를 사용하고 있고, 저작물을 공개적(publicly)으로 전시하는 행위를 전시 인정 요건으로 제시하여 저작권자는 그에 대해서만 배타적인 권리를 갖는다.⁴⁵⁾ ‘공개적’이라 함은 공중에게 개방된 장소나 통상적인 가족의 범위를 벗어난 다수의 사람이 모인 장소에서 저작물을 공개하는 것이다. 복제물의 무형적 전시 또한 인정하고 있기 때문에 공개적 장소와 반공개적 장소(public and semi-public space)에서 기계 장치를 이용하여 송신한(transmission) 저작물을 공개하는 간접전시도 공개적인 전시에 포함된다.⁴⁶⁾ 그러나 저작권자는 공개적

43) R. Anthony Reese(주 40), p. 93.

44) U.S.C. § 101

45) Reese (주 40), p. 87.

46) U.S.C. § 101 “To perform or display a work “publicly” means—

(1) to perform or display it at a place open to the public or at any place where a substantial number of persons outside of a normal circle of a family and its social acquaintances is gathered; or

(2) to transmit or otherwise communicate a performance or display of the work to a place specified by clause (1) or to the public, by

인 형태의 모든 전시에 대한 권리를 갖는 것은 아니다. 여러 제한 규정을 통해 권리에 제한이 있기 때문이다. 예컨대, 국내 저작권법 제35조 제1항과 유사한 미국 저작권법 제109조(c)⁴⁷⁾는 저작물을 양도한 소유권자가 자신의 소유물을 공개적으로 전시할 수 있도록 허용하고 있다. 미국의 입법례는 추가적으로 저작물의 복제물이 담긴 슬라이드를 소유하는 자가 이를 프로젝터에 영사하는 행위에 대해서 저작권자의 권리 제한을 두고 있다. 이는 슬라이드를 판매하는 자와 구입하는 자 모두 이를 구입하는 것에는 공개적 전시를 하기 위한 목적이 전제되어 있다는 점과 그 판매 가격이 이미 공개적 전시에 대한 저작권자의 경제적 이익을 계산하여 측정되었을 것이라는 점을 감안한 것이다.⁴⁸⁾

나아가 미국의 입법례에는 전시권 제한 규정을 제110조(5)(A)⁴⁹⁾에 두어 사적 공간에서 미술저작물을 전시하는 경우 이러한 사적 이용을 허용하고 있다. 한국 저작권법의 입법 목적, 공표 규정, 그리고 전시권에 대한 제한 규정에 근거하여 전시의 대상이 공중이며 전시의 장소가 공개적인 장소라는 것을 간접적으로 해석했

means of any device or process, whether the members of the public capable of receiving the performance or display receive it in the same place or in separate places and at the same time or at different times.

47) U.S.C. § 109

(c) Notwithstanding the provisions of section 106(5), the owner of a particular copy lawfully made under this title, or any person authorized by such owner, is entitled, without the authority of the copyright owner, to display that copy publicly, either directly or by the projection of no more than one image at a time, to viewers present at the place where the copy is located.

48) Reese (주 40), p. 90; U.S.C. § 109(c).

49) U.S.C. § 110

(5)(A) except as provided in subparagraph (B), communication of a transmission embodying a performance or display of a work by the public reception of the transmission on a single receiving apparatus of a kind commonly used in private homes, unless –

- (i) a direct charge is made to see or hear the transmission; or
- (ii) the transmission thus received is further transmitted to the public

듯이 미국 저작권법에서 또한 전시에 대한 제한 규정을 통해 공개 전시만이 전시권의 범위라는 것을 유추할 수 있다. 그러나 미국 입법례가 공개적 전시라는 사용을 고집하는 이유는 저작물을 사적 공간에서 직접적 혹은 간접적으로 전시하는 경우를 명확히 제외시키기 위함이라고 생각되어진다.

(2) 한국 저작권법상 ‘공개 전시’ 용어의 사용 전망

사회 통상적으로 전시는 미술저작물 등이 사적인 공간에서 진열되는 경우도 포함하고 있다. 따라서 미국 저작권법은 사적인 범위에서 이루어지는 전시와 정확하게 구분 짓고 전시권의 적용 범위를 명확히 설정하기 위하여 ‘공개 전시’라는 용어를 중심으로 전시권의 개념을 입법화한 것으로 보인다. 그러나 한국 저작권법은 이미 사적 공간에서 이루어지는 저작물의 전시에는 전시권의 제한을 두어 전시권의 적용 범위에 제외시켰다. 나아가 공표를 ‘공중에 공개하는 경우’로 정의하고 있고, 전시를 공표의 한 방법으로 열거하고 있다. 저작권법 제2조 32호는 ‘공중’을 불특정 다수인(특정 여러 사람을 포함한다)라고 정의하고 있어, 공개 전시는 가족이나 친지의 범위를 넘어 상당수의 사람에게 저작물을 진열하여 제시하는 것이라 볼 수 있겠다. 비록 ‘공개 전시’는 전시 대상의 범위를 명료하게 설정하여 용어의 사용이나 해석상의 혼란을 줄일 수 있지만, 여러 규정을 비추어 볼 때 전시는 ‘공중에 공개’라는 전제 조건이 이미 내포되어 있기 때문에 ‘전시’ 대신 ‘공개 전시’라는 용어를 사용할 필요성이 있어 보이지 않는다. 그러나 위의 전시 장소에 대한 논의와 같이 법원 또한 공중에 공개되는 장소의 범위에 있어 상반되는 판결을 내렸기 때문에 공중에 공개한다는 의미의 폭이 어디까지 인정되는지는 명확히 하는 것이 더 시급한 과제로 보여 진다.

제2절 전시의 법률상 해석과 전시기획상 정의의 차이점

I. 정보전달 수단으로서의 전시

물건을 보여주거나 보거나 하는 행위를 서술할 때에는 제시, 전시, 진열, 열람 등의 단어를 사용한다. 특히 전시와 진열은 ‘사물을 펼쳐보이다’라는 뜻을 가지고 있어 혼용하여 사용되었다.⁵⁰⁾ 그러나 진열이란 자료를 단순하고 일률적으로 나열하는 행위에 더 가깝다. 과거 미술관 운영의 주 과제는 소장품 구축과 보존이었기 때문에 소장품을 단순 나열하여 관람객에게 제시하는 형태의 전시가 주류를 이루었고 진열실 혹은 진열이라는 용어를 사용하기도 하였다. 하지만 근래의 전시는 1차원적인 진열 행위가 아닌, 오히려 하나의 목적을 가지고 전시품의 의미와 중요성을 고려한 특정 접근법을 토대로 전시품을 나열하여 일반 대중에게 적극적으로 선보이는 것으로 이해할 수 있다.⁵¹⁾ 이는 현대의 미술관이 관람객 중심의 운영을 지향하고, 관람객과 미술관 사이의 직접적 상호교류의 기회를 제공하는 전시와 교육 프로그램 등에 집중한 경영전략이 영향을 미친 것으로 보인다.

전시어의 어원을 살펴보면 진열과의 차이점을 더 쉽게 이해할 수 있다. 영어에서 ‘전시’로 번역되는 ‘exhibition’과 불어에서 ‘exposition’은 “진열(to display), 보여주다(to put on show)”를 의미하는 라틴어 ‘exposito’에서 파생된 것이다. 따라서 영단어는 ‘펼쳐 보인다, 남의 눈을 끈다’는 의미를 내포하고 있고, 불어 단어는 ‘설명한다’라는 의미에 더 가깝다.⁵²⁾ ‘전시’

50) “국내에서는 2000년 이전에는 물질 중심의 전시를 선보이는 경향이 보이며 전시보다는 진열이나 진열실이라는 언어를 사용하였다.” 이영진, 석대권, 구자봉, 『박물관 전시의 이해』(학문사, 2000), p. 236.

51) 율호성 (주 4), pp. 378-380.

52) 문형욱, 이영아, 「‘전시’의 역사적 발전과 전시학의 가능성 - 전시의 개념

로 동일하게 번역되어 사용되고 있는 두 단어는 적극적으로 정보를 제시하는 행위를 일컫으며 재화의 진열이 필수적으로 동반된다. 한글에서 전시의 전(展)은 펼칠 전, 살필 전이고, 시(示)는 보일 시를 사용하므로 펼쳐 늘어놓은 사물을 사람에게 보이고 알리며 가르친다는 뜻으로 서양의 전시가 내포하는 적극성이 포함된 개념이다. 즉 “전시(展示)란 보는 것(to show), 진열하는 것(to display), ‘눈에 띄게 하는 것’(to make visible)으로 전시물을 설명하는 의미 있는 표시(meaningful showing of something)와 목적 있는 진열(display with purpose)을 의미한다.”⁵³⁾

다시 말해, 전시란 진열과 함께 해설(interprete)이라는 요소를 포함한 복합적인 개념이다. 또한 특정한 장소에서 기획자가 의도한 방식대로 유·무형의 전시물을 선보이면서 그 내용과 가치를 관람자에게 효과적으로 공유하고 교류하며 정보 전달의 효과를 창출하는 일련의 의도적이고 계획된 행동이자 기술이다. 진열된 전시품을 관람자가 관찰하면서 시각적 자극을 느끼게 하고, 전시의 특정 주제의 식과 메시지를 이해하게끔 유도하기 때문이다.⁵⁴⁾ 따라서 전시는 진열보다는 정보의 공급자와 수요자 사이의 정보 전달과 상호교류가 부각되는 표현 수단의 한 형태로 보는 것이 적절하다.

특히 일방적인 정보 전달을 하는 다른 매체에 비해 전시는 정보의 공급자와 수요자 사이의 상호성이 돋보인다. 이는 전시의 여러 가지 특성에서 파악할 수 있다. 첫째, 관람객은 전시공간에서 3차원적인 전시물을 직접 만난다. TV나 영화와 같은 시각 매체이지만, 물리적이고 직접적인 시각경험을 제공하는 특징을 갖고 있다. 둘째, 3차원적인 전시물을 다각도로 관찰하고 경험할 수 있다. 따라서 관람객은 자유롭게 이동하며 자신의 취향과 선호에 맞게 감상할 수 있다. 이는 관람객의 능동적 체험을 가능하게 하므로 공연과 같은 매체와

정의와 전시 유형 구분을 중심으로」, 『한국과학예술포럼』, 제 4 집(2008), 한국전시산업융합연구원. pp. 104-105.

53) 문형욱, 이영아(주 52), p. 104.

54) 이영진, 석대권, 구자봉(주 50), p. 236.

차이점을 시사한다. 셋째, 전시를 통해 관람객의 관심을 끌고, 감각을 자극하여 향유 수준을 높이기 위해 다양한 접근법을 시도한다. 따라서 전시 기획자는 전시공간의 디자인과 동선은 물론 전시의 보조 자료인 모조품과 모형, 그래픽과 디오라마, 각종 AV기기 등을 활용하는 방안을 고려하게 한다. 이러한 시도는 관람객의 시각적이고 능동적인 감상을 극대화하여 전시의 목적을 달성하려는 전시 기획자의 의도를 보여주기도 한다.⁵⁵⁾ 따라서 전시는 주최자가 전시물을 적극적이고 창의적으로 보여주는 행위임과 동시에 관심을 갖고 방문한 수요자가 적극적으로 전시품을 관찰하고 평가하기 때문에 커뮤니케이션 수단으로서 참가성, 대화성, 체험성, 자율성 등의 특징을 가지고 있다 할 수 있다.⁵⁶⁾

따라서 전시는 사람들의 시선을 끌고 전시기획자가 공유하고자 하는 가치와 내용을 효과적으로 전달해야 하기 때문에 전시품의 선정뿐만 아니라 전시 공간의 디자인 또한 고려하며 진행되는 비교적 새로운 개념이다. 결국, 이렇게 보여 주는 것, 보여지는 것이 우리 생활 속에서 지극히 일반적이고 일상적인 행위가 되면서 전시 기획은 무엇을 보이느냐, 어떻게 보여주느냐, 어느 만큼 미적으로 보여주느냐 하는 기술을 요구하는 결과를 가져왔다. 전시는 특정 장소에서 선별된 여러 사물 간의, 그리고 그 사물과 관람객 사이의 상호관계를 통해서 각자가 가진 의미와 그 전체가 만들어내는 의미의 세계를 표현한다. 따라서 이 표현 형태를 효과적으로 관람객에게 전달하기 위해서는 전시기법이 중요하게 됨에 따라 이를 전시기획자의 창작 활동 혹은 전문적인 기술이라고 보는 시각도 나타났다.

55) 윙호성(주 4), pp. 377-378.

56) 일본전시학회, 『전시학사전 展示學事典』(1996), 안용식 옮김(책보출판사, 2009) p. 19.

II. 해석의 차이와 시사점

전시기획상 '진열'은 물품을 보여주는 단순 행위로 정의하며, '전시'는 기획자의 목적의식 전달과 방문객의 해석을 요하는 상호 간의 적극적인 소통이 강조되며 진열 행위를 포함하는 개념으로 해석하고 있다. 나아가 전시기획에서는 전시 주제 측면에서의 접근법과 향유될 특정 미술품들의 연관 관계가 더 중요하게 여겨진다. 따라서 전시기획에서 진열은 전시와 별개의 개념으로 구분하여 이해하는 것이 마땅하며 전시는 진열보다 복합적이고 세부적인 개념으로 보아야 한다.

반면, 저작권법상 전시의 개념은 사전적 의미인 '물품을 늘어놓아 보여준다'라는 행위를 기초로 미술저작물 등의 특징을 고려하여 그에 맞게 저작물이 화체된 유형물을 이용자에게 전달하는 것으로 응용하여 이해하고 있다. 저작권법은 전시를 저작물 공표의 한 유형으로 보며, 전시기획자의 의도보다는 공중에게 공개 여부와 전시 장소로의 공중의 자유로운 출입 여부를 강조한다. 저작물을 단순 나열하여 보여주는 방식에서부터 특정 목적의식을 갖고 그에 알맞게 진열하는 방식까지 일반인의 자유로운 출입이 가능한 장소에서 진행된다면 전시권의 보호 범위로 인정된다.

전시기획상 전시의 대상은 대중이기 때문에 공중보다는 좁은 개념으로 그 기획 내용에 따라 타겟층이 세분화되어 달라진다. 예컨대 어린이의 눈높이에 맞춰 그 내용을 쉽게 풀어 구성되는 어린이전시는 어린 아동들이 주요 대상일 것이다. 하지만 모든 전시의 목적은 전시 기획자가 의도한 전시의 내용을 관람객에게 전달하는 것이며, 특히 미술전시는 관람객이 진열된 작품들을 적극적으로 관찰하며 기획자의 의도를 파악하고 평가하게끔 유도하는 교육적 커뮤니케이션의 수단이다. 한국 저작권법상의 전시 또한 그 궁극적 목적은 저작물을 공중에게 공개함에 따라 저작권자가 저작물에 대한 경제적 이득을 취함과 동시에 공중이 저작물의 향유를 통한 문화적 감흥과

흥미를 얻게 하는 것으로, 교육적 목적이 내재 되어 있다. 따라서, 두 분야에서 이해하는 전시란 사회 전반적으로 공중의 문화에 대한 관심 상승과 문화적 기여를 촉진시키기 위함이라는 공통의 목적을 가진 개념으로 교육적 기능을 수행하는 것이다.

전시를 바라보는 두 분야의 주안점이 다르기 때문에 용어의 해석에 있어 일말의 차이가 있다. 이에 따라 전시기획에 미치는 법률적 영향을 조사해 볼 필요성이 부각된다. 최근 들어 전시 장소의 범주가 확장되어 감에 따라 비전통적인 장소에서 개최되는 사례가 눈에 띄게 많아지고 있다. 야외에 위치한 공공장소에서의 전시나 인터넷이라는 가상공간에서의 전시가 그 예시이다. 이러한 장소에서 개최되는 전시를 법에서 해석하는 전시의 범주에 포함 시킬 수 있을지와 전시권의 적용 대상이 될 수 있는지가 쟁점으로 대두될 것으로 판단된다.

제3절 전시 장소에 따른 전시권 적용 여부

I. 공중송신권의 적용 대상으로서 온라인 전시

1. 온라인 전시의 종류와 형태

온라인 전시는 인터넷이라는 가상공간에서 생성되는 전시를 일컫는 것으로 현실 공간에서 열리는 기존의 전시 외연을 확장하는 비교적 새로운 형태의 전시이다. 온라인 전시를 구축하기 위해서는 인터넷 플랫폼 개발이 우선시 되어야 하며, 해당 용어는 아직 통용되지 않고 있어 인터넷상에서 미술 작품을 복제한 이미지를 스크린을 통하여 감상할 수 있는 모든 가상 플랫폼을 일컫는 포괄적인 용어로 사용되고 있다. 인터넷 전시의 유형은 크게 두 형태로 분류할 수

있다. 첫 번째 형태는 흔히 사이버 투어(cyber tour) 형식으로도 불리기도 하며 미술관의 상설 작품이 전시되어 있는 갤러리 공간을 온라인 플랫폼으로 그대로 옮겨 놓아 온라인상에서 실제의 공간을 스크린으로 간접적으로 감상할 수 있는 방식이다. 반면 두 번째 형식은 인터넷상에서의 접근만이 유일한 감상 경로이며 가상공간에서 진행되는 기획 전시이다.

두 형태의 전시는 가상공간에서의 접근을 전제로 하며 인터넷 사용자들을 대상으로 한다. 오로지 인터넷 접속이 가능하면 시간적, 공간적 여유가 없어 미술관을 방문하기 어려운 대중에게 문화예술 향유의 기회를 제공하기 때문에 온라인 전시는 더 많은 대중에게 접근이 용이하다는 장점이 있다. 인터넷 전시는 인터넷 사용자들에게 2D와 3D 형식으로 제공된다. 파노라마 방식을 사용하는 3D경험은 전시장 전경을 360도 확대, 축소, 회전 기능을 사용하여 인터넷 유저가 실국의 공간에 위치해있는 듯한 착시 현상을 만들어낸다. 2D 형식의 인터넷 전시는 작품의 이미지와 캡션을 나열하여 클릭을 통하여 감상할 수 있는 평면적 감상 방식이다. 하지만, 우선 온라인 전시가 이루어지기 위해서는 온라인 플랫폼이 개발되어야 한다. 예컨대, 미술관 홈페이지나 구글 아트 프로젝트와 같은 플랫폼이 그 유형이다. 한국 온라인 전시의 현황은 사이버 투어(cyber tour) 형식이 일반적이며 가상공간 안에서 기획되어 사용자가 인터넷에 접속해야지만 접근할 수 있는 특별 전시의 형태는 극히 드물다.

2. 온라인 전시: 공중송신권의 적용대상

저작물의 사진 혹은 영상 이미지를 인터넷에 게재하여 보여주는 온라인 전시의 이용 방식은 저작물 원본의 복제물을 스크린을 통하여 무형적으로 전달하는 형태를 띤다. 이렇듯 미술저작물 등을 스크린, 필름, 슬라이드, TV화면, 또는 그 밖의 다른 장치에 의하여 저작물의 복제본을 무형적으로 보여주는 방식이 저작권법상 전시에 해당하는 것인지가 문제로 거론된다.

미국 입법례는 송신을 통한 저작물의 공개 또한 전시권의 보호 대상으로 보고 있으므로 컴퓨터의 RAM에 일시적으로 복제하여 전파되는 공개 유형 또한 전시로 해석하고 있다.⁵⁷⁾ 따라서 미국 저작권법은 미술저작물의 인터넷 전시를 공개전시의 형태 중 하나로 보고 있다.

한국의 학설 중에서는 이러한 미술저작물 등의 무형적 전달 방식 또한 간접전시로 칭하며 미국 저작권법의 입장과 마찬가지로 전시에 해당할 수 있다고 보는 견해가 존재한다.⁵⁸⁾ 반대로 전시권은 미술저작물 등의 유형적 전달 방식을 보호하는 것이기 때문에 간접전시를 전시가 아닌 복제, 공연 및 공중송신으로 보는 것이 타당하다는 부정적인 입장 또한 있다. 이들은 간접전시는 매개 수단을 이용하여 저작물을 무형적으로 전달한다는 점에서 전시보다는 매개체의 형태에 따라 공중송신(전송, 방송, 디지털음성송신)이나 공연에 해당한다고 보는 것이 더 적합하다고 주장한다.⁵⁹⁾ 해당 견해와 동일하게 미술저작물 등이 화체된 유형물을 직접적으로 관람할 수 있도록 진열하거나 제시하는 이용 행위만이 전시권의 대상이라 볼 때 간접전시는 다른 권리의 대상으로 간주하는 것이 타당하다고 생각된다.

따라서 필름, 슬라이드, TV 영상, 또는 그 밖의 장치로 저작물의 복제물을 보여주는 간접전시는 공연의 행위유형 중 상영에 포함된다. 반대로, 인터넷 송신을 통해 복제된 저작물을 전송하여 감상하도록 모니터에 현시하는 ‘인터넷 전시’는 상영보다는 전송에 해당한다고 보아야 한다. 전송은 공중송신의 하위 개념으로 공중의 구성원이 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 저작물에 접속할 수 있

57) Reese (주 43), p. 84.

58) 인터넷 전시는 간접전시에 포함하지 않는다고 말하는 견해로는 이상정, 「전시와 관련된 저작권법상의 쟁점에 관한 일고」, 『IT와 법 연구』, 제6집 (2012), 경북대학교 IT와 법 연구소, p.41; 송영식, 이상정(주 17), p.231; 인터넷 전시도 간접전시에 포함한다고 보는 견해로는 정상조 (주 18) p. 417. (이대회 집필 부분).

59) 오승중(주 21), p. 564; 박성호(주 19), pp. 342-343.

게 하는 것을 일컫는다. 즉, 온라인 전시의 경우 미술저작물의 복제물을 인터넷에 게시하기 때문에 전송 행위로 보는 것이 마땅하며 공중송신권의 적용대상이 될 것이다. 나아가 인터넷상에서 미술저작물 등을 감상한다는 것은 스크린이나 모니터에서 현시하기 전에 최소한 미술저작물 등의 복제물을 RAM에 일시적으로 복제하는 것을 필요로 하므로 복제권의 대상이 된다.⁶⁰⁾ 따라서 인터넷 전시라는 미술저작물 이용 방식은 공중송신권 이전에 복제권이 우선적으로 적용하게 될 것이다.

나아가 법원에 판례를 통해 온라인에 미술저작물을 게시하여 전시하는 형태의 이용 방법이 공중송신에 해당한다는 것을 재확인할 수 있다. 법원은 미술저작물을 인터넷에 게시하여 공중이 개별적으로 관람할 수 있도록 하는 이용 형태는 공중송신에 해당한다고 판단하였다. 다만 판매의 목적으로 해설이나 소개를 하기 위하여 인터넷에 약정한 기간 동안 위탁받은 미술저작물의 축소이미지를 게시하는 행위는 공중송신권을 침해하지 않는다고 판단하였다.⁶¹⁾ 이는 법원이 저작권법 제정 당시(1986.12.31)에 미술저작물을 온라인으로 판매하거나 홍보하는 형태를 미처 고려하지 못하였을 점과 미술저작물의 이미지의 해상도와 파일이 해설이나 소개를 목적으로 할 만큼 낮다는 점 등을 종합할 때 저작권법 제35조의 제한규정을 공중송신권에 유추·적용 할 수 있다고 봄이 상당하다고 판시하였기 때문이다.

하지만 법원은 인터넷의 특성상 게시되는 정보가 상당히 지속적이고 전파가능성도 크기 때문에 판매가 완료된 이후에도 이미지를 계속 게시하거나 고해상도의 이미지를 게시하는 것은 저작권자의 공중송신권을 침해하는 것으로 저작권자로부터 이용허락을 얻어야 한다고 판시하였다. 이를 비추어 볼 때 미술저작물의 복제물을 인터넷에 무형적으로 보여주는 것은 전시보다는 공중송신 중에서 전송에

60) 오승중(주 21), pp. 563-564.

61) 서울중앙지방법원 2008. 10. 17. 선고 2008가합21261 판결.

해당하는 이용행위라 봄이 타당하다. 또한 인터넷 전시의 경우 위의 판례와 같이 제한 규정을 유추·적용 할 수 없을 것이다. 인터넷 전시는 순전히 전시의 목적으로 인터넷에 고해상도의 저작물 이미지를 전시하는 것이기 때문이다.

II. 야외전시의 전시권 침해 가능성

1. 야외전시의 종류와 형태

야외 전시는 옥외에서 행해지는 전시로서 야외 전람회와 조각전 등의 종류가 있다.⁶²⁾ 특히 미술관은 부피 등의 물리적 요인으로 인하여 실내 전시 공간에 전시가 불가능한 조각품이나 설치작품 등을 미술관 부지 내의 야외 공간에서 ‘야외 조각 공원’ 등의 명칭을 사용하며 전시하고 있다. 야외 조각 공원이 상설 전시⁶³⁾인 경우가 많기는 하지만 전시되는 작품은 운영방안에 따라 무기한으로 전시하거나 정해진 기간 후에 새로이 교체되기도 한다. 더불어 미술관의 야외 부지는 기획 전시 공간의 연장선상으로 사용되기도 하며 전시 기간 동안 해당 공간에 작품이 설치된다.

또한, 최근에는 프로젝트형 야외 전시가 많이 기획되고 있는 추세이다. 그 예로는 뉴욕현대미술관의 젊은 건축가 프로그램 국제 네트워크의 일환으로 진행되는 국립현대미술관의 젊은 건축가 프로그램이 있다.⁶⁴⁾ 작품이 설치될 장소의 장소특정성을 중심으로 기획되는 미술관의 프로젝트 전시 또한 부상하는 야외 전시의 유형이다. 미술관 부지의 역사성을 시작으로 구축해나가는 국립현대미술관 덕수궁

62) 야외 전시는 실외 혹은 옥외 전시라고도 불린다. 문형욱, 이영아(주 53), p. 113.

63) 상설전시란 언제든지 전시품을 감상할 수 있도록 한 공간에 제공하는 전시의 유형이다. 해당 개념에 대한 논의는 아래에서 더 깊게 탐구하겠다.

64) 국립현대미술관 젊은 건축가 프로그램 웹페이지: <http://www.mmca.go.kr/exhibitions/exhibitionsDetail.do?menuId=10300000000&exhId=201703080000>
522

관의 ‘덕수궁 프로젝트’와 미술관 부지 밖으로 나가 제3의 장소에 공공미술 작품을 전시하는 아모레퍼시픽 미술관의 현대미술프로젝트 ‘에이피맵(APMAP)’이 대표적 예시이다.⁶⁵⁾

2. 전시권 침해 가능성

저작권법 제35조 제1항과 제2항은 미술저작물 등을 ‘공중에게 개방된 장소에 항시 전시하는 경우’를 조항의 성립요건으로 보고 있다. 따라서 해당 장소에서 저작물을 전시하는 것에 대해서는 저작권자의 허락을 필요로 하고 있다. 반대로 전시된 저작물의 복제는 어떠한 방법으로든지 권리자의 동의 없이 이루어질 수 있다는 복제권 제한을 규정하고 있다. 미술관에서 기획되는 전시 중 야외의 공간에서 개최되는 수가 증가하는 현재 상황에서 미술 작품의 저작권자로부터 사전 동의를 얻어야 하는 경우가 많아 질 것으로 예상되므로 ‘공중에게 개방된 장소’의 범위와 ‘항시’의 정의는 야외 전시를 기획하는 전시기획자의 입장에서 특히 중요한 고려 사항이 될 것이다.

옥내의 장소를 ‘공중에게 개방된 장소’로 인정할 수 있는지에 대한 논쟁은 계속 되고 있으나 옥외의 장소가 그 범위에 포함되는 것은 분명하다. 따라서 옥외의 장소에서 행해지는 야외 전시 역시 ‘공중에게 개방된 장소’로 인정 될 것이다. 그러나 관람을 위해서는 공중이 입장료를 지불하고 출입해야 하는 미술관 부지 내의 조각 공원과 같은 야외 전시를 해당 범위로 포함할 수 있을지를 살펴 보아야 한다.

미술관의 야외 전시장은 울타리 밖에서 관람할 수는 있지만 이러한 관람방식을 목적으로 미술저작물이 전시되는 것이 아니기 때문에 공개 장소로 보아서는 안 된다는 의견도 존재한다.⁶⁶⁾ 하지만 앞

65) 국립현대미술관 덕수궁 프로젝트 웹페이지: <http://www.mmca.go.kr/exhibitions/exhibitionsDetail.do?menuId=1010000000&exhId=201703130000538>; 아모레퍼시픽 미술관 현대미술프로젝트 에이피맵(APMAP) 웹페이지: <http://museum.amorepacific.co.kr/project.asp>

서 논했듯이 소수의 고객이 사용하지만 일반 고객 누구나 요금만 내면 제한 없이 이용할 수 있으므로 노래방을 공중에게 공개된 장소로서 판시한 법원의 입장과⁶⁷⁾ 특정다수인이 모인 장소에서의 전시 혹은 공연을 전시권의 적용 대상으로 보는 미국 저작권법⁶⁸⁾ 등을 비추어 볼 때 입장료 지불 여부와 개장 시간의 제한이 있는 야외 전시장을 공중에게 개방된 장소로 인정할 수 있다고 충분히 생각되어진다.

그렇다면 두 번째 성립요건인 ‘항시’의 기준을 어디에 두어야 할지 살펴보아야 할 것이다. 한국 저작권법은 “항시 전시”를 정의하고 있지는 않고 있다. 학설 중에는 그 기준을 기간성에 두는 견해가 있다. 예시로 이충무공의 동상을 거론하며 기간을 두지 않고 계속해서 공중이 저작물을 관람할 수 있는 상태에 두는 것을 말한다고 주장한다. 나아가 해당 견해는 얼음이나 눈으로 만든 조각을 예로 들면서 일시적으로 전시한 후에 교체되거나 철거될 예정인 경우에는 이에 해당하지 않는다고 보고 있다.⁶⁹⁾ 또한 미국 입법례는 저작권법 제101조에서 저작물성의 판단 요건인 저작물의 고정(fixed)⁷⁰⁾을 정의할 때에 ‘항시(permanent)’라는 용어를 사용하고 있다. 해당 조항에서는 저작물의 고정이라 함은 충분히 항시적(영구적)으로 혹은 특정 기간 동안 지속적으로 인지·복제·전달되어야 한다고 규정한다.⁷¹⁾ 이렇듯 ‘고정’의 개념이 기간에 따른 저작물

66) “미술관의 야외 전시장은 외부인이 관람하려고 한다면 얼마든지 관람할 수 있으나, 본래 울타리 밖에서 관람하는 것을 전제로 한 것이 아니므로 미술관의 구내라고 보아야 하며 공개장소라고 할 수 없다.” 허희성(주 8), p. 258.

67) 대법원 1996. 3. 22. 선고 95도1288 판결.

68) U.S.C. § 106; House Report No. 94-1476 1976.

69) 허희성(주 8), p. 257; 이해완(주 21), pp. 687-689.

70) 미국 저작권법에서 ‘고정되다’라는 문구는 한국 저작권법에서 말하는 저작물이 화체된 유형물에서의 ‘화체되다’와 비슷한 의미를 가지고 있다고 생각되어진다.

71) U.S.C. § 101

A work is “fixed” in a tangible medium of expression when its embodiment in a copy or phonorecord, by or under the authority of the author, is sufficiently permanent or stable to permit it to be perceived, reproduced, or otherwise communicated for a period of more than

의 지속가능성을 중심으로 해석되고 있다는 점에서 해당 조항의 ‘항시’ 역시 기간에 의하여 정의되는 용어라고 볼 수 있겠다.

한국 학설의 해석을 포함하여 미국 저작권법에서 사용되는 ‘항시’의 개념과 같이 미술관 전시기획의 입장에서 항시적인 전시를 정의 할 경우 전시의 기간성과 전시물의 항구성에 의거하여 보아야 한다고 생각되어 진다. 따라서 미술관의 시각에서 ‘항시’의 개념을 해석해 본다면 개관 후 계속해서 지속되는 전시 공간에서 교체나 철거 가능성이 부재한 작품을 계속하여 전시하는 경우라 볼 수 있겠다.

실제로 미술관 전시기획에서는 여러 전시 분류 기준 중에서 전시를 그 개최 기간에 따라 상설전시와 단기전시⁷²⁾로 구분하고 있다.⁷³⁾ 상설전시는 미술관의 소장품으로 기획되며 지속적으로 미술관의 소장품을 특정 주제나 분류 방식에 의해 전시하여 관람객이 기간 제한 없이 언제든지 볼 수 있는 전시방법이다.⁷⁴⁾ 상설전시의 전시품은 소장품이기 때문에 미술관의 브랜드 가치를 형성시킬 수 있는 대표 서비스로 활용되고 있기도 하다. 상설전시의 의도는 개최기간을 무기한으로 두어 언제나 방문객의 관람이 가능하도록 하려고 하는 것이다. 한국의 경우 개관 후 상설전시 내용을 전혀 바꾸지 않는 경우가 숏하기 때문에 지속적인 전시가 가능했다.⁷⁵⁾ 그러므로 상설전시의 내용은 가변성이 적어 전시의 기간 측면에서 ‘항시’의 요건에 일치 할 수도 있다.⁷⁶⁾ 그러나 관람객의 재방문을 유도하기 위한다는 이유 등으로 일정 기간 이후에 전시 자료를 구성하는 다른 방법에 따라 상설전시의 전시품이 때때로 교체되는 경우 또한

transitory duration. A work consisting of sounds, images, or both, that are being transmitted, is “fixed” for purposes of this title if a fixation of the work is being made simultaneously with its transmission.

72) 단기 전시는 기획전시 혹은 특별전시라고 불리어지기도 한다.

73) 문형욱, 이영아(주 53), p. 114.

74) 율호성(주 4), p. 382.

75) 율호성(주 4), p. 382.

76) 문형욱, 이영아(주 53), p. 114

존재한다. 이는 다시 말해 미술관의 상설전시의 경우 소장품을 재구성하여 새롭게 전시를 만들기도 하므로 작품 교체의 가능성이 적지 않다. 따라서 상설전시의 전시물 다수는 그 전시 성격이 저작권법상 영구적인 전시를 뜻하는 ‘항시 전시’의 개념에 부합하지 않을 경우도 있을 것으로 판단된다.

상당수의 야외 조각 공원에서 전시되는 작품 또한 상설전시를 목적으로 하고 있다. 그러나 이러한 공간에서 작품을 교체 혹은 철거할 수도 있는 사전계획이 있다면 해당 작품의 전시 역시 그 전시 기간에 제한이 가해지기 때문에 ‘항시 전시’요건을 갖추고 있지 않은 것으로 판단되며 저작권법 제35조 제1항의 대상으로 인정할 수 없을 것으로 생각된다.

반면 단기 전시는 상설전시에서 보여줄 수 없는 내용이나 주제 아래 전시품을 일정 기간 전시하는 방법으로 관람객에게 신선함을 줄 수 있는 특징을 가지고 있다. 따라서 프로젝트형 야외 전시의 경우 단기 기획 전시로 개최되므로 설치되는 저작물의 전시는 기간성과 항시의 요건에 모두 맞지 않는다고 판단된다.

즉 미술관에서 기획하는 여러 야외 전시의 유형은 ‘공중에게 개방된 장소’에서 개최되기는 하지만 전시되는 작품의 기간이 제한적이며 언제든지 교체될 수 있는 가능성이 존재하다면 저작권법에서 서술하는 ‘항시 전시’로 인정되지 않을 것으로 보인다. 때문에 전시기획자는 저작권법 제35조 제1항에 의거하여 전시 예정인 작품의 소유자에게 전시에 대한 동의를 얻으면 충분할 것이다. 나아가 저작권법 제35조 제2항의 대상이 되지 않아 복제권의 제한이 성립되지 않을 것이다. 그러나 야외라는 공간은 공중의 출입이 더 자유로워 사진 촬영 등 복제의 위험성에 더 많이 노출되어 있으므로 야외 전시를 기획할 때에는 복제 가능성에 관하여 저작권자와 상의하고, 필요하다면 복제권에 대한 저작권자의 동의를 받아야 할 것이다.

제3장 저작물의 복제, 배포, 전송과 저작권 관련 쟁점

제1절 전시 안내 책자 및 도록 제작과 저작권

I. 전시 안내 책자 및 도록의 제작과 복제권

1. 복제권

(1) 복제권의 내용

저작권자는 저작물의 원본을 복제하거나 복제를 허락할 수 있는 배타적인 권리를 가진다. ‘복제’라 함은 한국 저작권법 제2조 제22호에 따라 인쇄·사진촬영·복사·녹음·녹화 그 밖의 방법으로 일시적 또는 영구적으로 유형물에 고정하거나 다시 제작하는 경우를 말한다. 하지만 본 규정에서 나열하는 복제행위는 예시에 불과하며, 복제의 방법이나 수단에는 제한이 없다. 따라서, 저작물을 유형물에 고정하거나 유형물로 다시 제작하는 모든 이용 형태를 복제라 보아야 한다. 컴퓨터의 하드디스크나 CD-Rom 등의 저장장치 또한 유형물로 보고 있으므로 이러한 장치에 저작물을 전자적으로 저장하는 형태의 것도 복제에 해당된다.⁷⁷⁾ 나아가 원본을 복제하는 직접복제뿐만 아니라, 복제물을 복제하는 간접복제도 복제 행위에 해당된다. 복제의 부수에도 제한이 없기 때문에, 저작물을 1부만 인쇄하거나 복사하는 경우 역시 모두 복제로 인정된다.

복제권은 저작물을 전체적으로 복제하는 경우는 물론 일부분을 복제하는 경우에도 적용된다. 다만, 일부분을 복제하는 경우 그 저작물의 창작성이 있는 표현 부분을 복제하여 양적 또는 질적으로 동일성이 인정될 때에만 복제 행위로 인정된다. 그뿐만 아니라, 실질

77) 이규홍, 김기영, 장현진, 김병국, 『저작권과 침해』 (육법사, 2014), p. 452.

적으로 유사한 것을 다시 제작하는 경우도 복제권의 적용범위에 포함된다. 즉, 해당 권리가 미치는 복제물이 되기 위해서는 기존 저작물과 완전히 동일할 필요까지는 없고, 원저작물에 의거하여 제작되어 실질적 유사성을 인정받으면 충분하다.⁷⁸⁾ 다만, 저작권법의 저작재산권 제한 규정에 상응하는 경우라면 그에 대하여는 저작자의 복제권이 미치지 않는다. 예컨대, 사적이용을 위한 복제와⁷⁹⁾ 미술저작물 등의 전시·복제가⁸⁰⁾ 그 경우라 할 수 있겠다.

(2) 미술저작물 등에 대한 복제권 제한

저작권법은 미술저작물 등의 전시 및 복제에 대한 저작권 제한을 제35조에 규정하였고, 복제권의 제한은 제35조 제2항과 제3항에서 찾아볼 수 있다. 이는 미술저작물 등이 다른 저작물과는 달리 주된 거래의 대상이 저작물이 화체된 유형물이라는 점과 ‘전시’라는 이용형태가 미술저작물 등의 사용에 있어서 특별한 의미를 가진다는 점을 참작한 것이다.

저작권법 제35조 제2항은 개방된 장소에 향시 전시된 미술저작물 등의 복제 및 이용에 관한 권리제한 규정으로 해당 장소에 향시 전시된 미술저작물 등은 공중에 의한 자유로운 복제 및 이용을 허락하고 있다. 이는 공중의 출입이 자유로운 곳에서의 미술저작물 등을 복제하는 것은 불가피한 사항이라는 점을 파악한 것이다. 예컨대, 공공의 장소에서 사진을 찍는 과정에서 그 장소에 전시된 미술저작물 등이 배경으로 사용되는 것은 당연한 결과일 것이기 때문에 모든 일반인이 저작재산권자에게 복제의 허락을 받는 것은 비현실적일 것이다. 따라서 해당 조항은 저작재산권자의 복제권과 공중의 이익 간의 조화를 위해 입법한 것이다.

78) 이와 관련하여 법원은 전체적으로 소재의 선택, 표현방법, 서술의 순서, 설명양식, 단락의 구분, 문제의 구성 등을 그대로 인용하거나 동일성이 인식되는 정도로 극히 일부분을 변경한 것에 불과한 경우 복제에 해당한다고 판시하였다. (서울지방법원 2002. 3. 27. 선고 2001가합3917 판결)

79) 저작권법 제30조

80) 저작권법 제35조

저작권법 제35조 제3항은 같은 조 제1항의 규정에 따라 전시를 하는 자 또는 미술저작물 등의 원본을 판매하고자 하는 자는 그 저작물의 해설이나 소개를 목적으로 하는 목록형태의 책자에 이를 복제하여 배포할 수 있다고 규정한다.⁸¹⁾ ‘해설’이란 전시나 판매 대상인 미술저작물에 대해서 학술적인 설명을 하는 것이고 ‘소개’란 미술저작물 등의 저작자, 제호, 창작연도, 창작 모티프, 소장 장소 등의 정보를 알려주는 것을 말한다.⁸²⁾ 이 조항에서 ‘전시하는 자’와 ‘판매를 하고자 하는 자’라 함은 원본의 소유자가 직접 전시·판매를 하고자 하는 경우 그 소유자는 물론이고 그의 의뢰에 응하여 전시·판매를 위탁받은 화랑 등도 포함한다. 즉, 이들이 안내를 목적으로 전시·판매를 위하여 미술저작물을 복제 및 배포할 경우 저작재산권자의 사전 허락이 필요하지 않는다.

해설이나 소개를 목적으로 하는 목록 형태의 책자 제작에 한해서 저작권자의 복제권 제한을 두고 있는 것은 저작자가 공중이 자신의 저작물을 이용하는 데에서 나오는 적절한 경제적 이익의 향유가 보장되어야 한다는 사상에 근거하는 것이다. 이러한 미술저작물 등의 복제는 저작물의 전시를 광고하고 판매를 도모하는 방법이기 때문에 저작권자가 자신의 경제적 이익을 얻기 위한 필수적인 과정이자 경로이다. 따라서 저작재산권자의 동의 없이 미술저작물을 복제하여 배포하는 안내 책자 혹은 도록은 필시 해당 저작물의 해설이나 소개를 목적으로 전시자와 판매자에 의해 발행되어야 하며 전시회나 작품 판매에 도움을 주는 수단으로서 기능을 해야 한다. 즉 미술저작물을 복제하여 안내책자를 제작하는 저작물 이용 방법이 미술저작물의 전시나 판매에 관심을 가지는 일반 공중의 정보요구에 부응하여 전시자나 판매자 및 저작자의 이익에까지 기여한다면 그 수단으로서의 목적이 충족되었다고 판단할 수 있다.⁸³⁾

81) 저작권법 제35조 제3항

82) 박성호(주 19), pp. 592-593.

83) 최상필, 「카탈로그 사진의 제공을 통한 저작권 침해 - 서울중앙지법 2008. 10. 17 선고 2008가합21261 판결을 참조하여」, 『상사판례연구』, 제22권

그러나 저작권법 제35조에 의하여 저작물을 전시 또는 복제하는 자는 그 출처를 명시해야 하며 저작물의 이용 범위는 2차적저작물 작성행위까지 허용하는 것은 아니므로 주의하여야 한다. 나아가 저작재산권에 관한 제한규정은 저작인격권에 영향을 미치는 것으로 해석되어서는 안 되므로⁸⁴⁾, 저작물을 복제하여 이용하는 경우라 하더라도 그것을 이용하는 과정에서 저작인격권의 동일성유지권을 침해하는 것이면 허용되지 않는다.⁸⁵⁾

2. 전시 안내 책자 및 도록의 제작

(1) 복제권 해당 여부

미술관에서는 안내용 책자, 홍보용 인쇄물 등을 제작하고 배포하기 위하여 전시 참여 미술 작품을 사진촬영하고 그 이미지를 인쇄·복사한다. 저작물을 사진기로 촬영하고 촬영된 이미지를 인쇄하여 복사하는 것은 한국 저작권법에서 규정한 복제 행위에 해당한다. 따라서 미술관이 전시를 설명하기 위하여 전시되는 저작물의 사진 이미지를 안내 책자와 도록 등에 포함시켜 제작하는 행위는 복제권의 권리범위에 속한다.

(2) 복제권 제한 조건 성립 여부

그렇다면 도록과 여타 전시 관련 인쇄물에 미술저작물의 사진을 게재하는 이용 형태가 미술저작물의 복제권 제한 요건에 성립하는가가 문제로 나타난다. 이를 판단하기 위해서는 복제의 목적을 살펴 보아야 할 것이다.

저작권법 제35조 제3항은 그 적용 범위를 해설이나 소개를 목적으로 하는 “목록형태의 책자”로 제한하고 있다. 관람객의 전시 내용

2호, pp. 382-384.

84) 저작권법 제38조

85) 저작권법 제37조

에 대한 이해를 돕기 위하여 참여 미술품의 정보와 설명 등을 수록하는 안내용 인쇄물의 경우는 해당 조항에서 명시하는 복제의 목적과 부합한다. 그러나 안내 인쇄물의 형태가 목록 형태가 아닌 경우는 복제권의 제한이 적용될 것인지가 문제로 보여 진다. 그러나 시간적, 공간적, 내용적으로 해당 미술저작물의 해설이나 소개에 직접 이바지하는 경우 저작물의 복제에 대한 저작자의 동의가 필요 없는 것으로 해석할 수 있다는 의견을 참고해본다면, 복제권 제한의 적용 여부를 판단하는데 복제의 목적과 사유가 더 큰 판단 요건으로 여겨지는 것으로 볼 수 있다.⁸⁶⁾ 따라서, 인쇄물의 형태가 반드시 목록 형태일 필요는 없어 보이며 형식상 약간의 변형이 가해져도 무방하다고 할 수 있겠다.

미술관이 제작하는 전시 도록의 경우 수록된 저작물의 사진의 해상도 등을 감안했을 때 단순한 소개의 목적으로 제작되었다고 보아야 하는지가 문제가 될 수 있다. 본 조항은 소개의 목적으로 제작되는 책자 형태에 한해서 권리의 제한을 두고 있다. 전시되는 작품들과 전시의 내용에 대한 이해를 심화시키기 위하여 전시 서평 등을 포함하는 도록은 해설이나 소개에 직접적으로 기여한다고 볼 수 있다. 그러나 미술전시회의 도록은 양질의 화보 형태로 제작되는 경우가 많고, 그 내용의 성격이 자료적인 요소를 넘어서는 경우도 있다. 이러한 도록에 기재되는 저작물의 사진 이미지는 해상도가 높기 때문에 단순한 소개의 목적보다는 사실상 감상을 목적으로 하는 호화판 책자로 봄이 상당하다.⁸⁷⁾ 일본의 경우 도록의 지질이나 인쇄태양, 작품의 복제규모에 따라서 화집에 해당한다고 보는 것이 마땅하다고 판단하였고, 원작품 저작자의 경제적 이익을 해치게 되므로 본 조항을 적용할 수 없기 때문에 저작권 침해를 인정하였다.⁸⁸⁾ 한국

86) 최상필 (주 82), p. 383.

87) 오승중(주 21), p.845; 허희성(주 8), p.152.

88) “레오나르도후지타 사건” (동경지방법원 1988. 10. 6. 판결), “반즈 컬렉션 사건” (동경지방법원 1998. 2. 20. 판결), “달리 전(展) 소책자 사건” (동경지방법원 1997. 9. 5. 판결) 등에서 본 항의 적용을 부정하고 저작권침해를 인정하였다. 오승중(주 21), p.845.

법원 또한 미술저작물의 판매를 위탁받은 자가 판매를 위하여 해당 저작물의 사진 이미지를 약 64x100-99x100pixel, 47x80-80x80 pixel와 약 400x600-600x800 pixel 크기로 인터넷 웹사이트에 게시한 사건에 대하여 이미지의 낮은 해상도 등의 이유로 이 사건을 미술저작물 등의 저작권 제한 조항의 적용 대상으로 판시하였다.⁸⁹⁾ 법원의 판단에 비추어 볼 때 모든 도록이 전시의 이해를 돕기 위한 목적으로 제작되었다라도 도록의 내용과 수록되는 복제물의 질이 인쇄물 제작의 목적이 단순 소개인지 감상인지를 판단할 수 있는 중요 요소로 작용할 것으로 생각되어진다. 작품 이미지가 고해상도인지를 판단하는 기준은 구체적으로 제안할 수 없지만 법원의 판례에 의거하여 사건 이미지의 해상도와 근사하다면 단순 소개용으로 인정할 수 있다고 생각되어진다. 이에 따라 미술관이 촬영한 미술저작물 이미지를 인쇄 또는 복사할 경우 그 목적이 소개나 해설의 사용 범위 내에 있는 것이며 그 복제의 형태가 감상을 목적으로 볼 정도의 품질이 아니라면 저작권자의 동의 없이 그 이용이 가능할 것으로 판단된다.

같은 맥락에서 저작물의 복제 이미지를 안내용 인쇄물의 해설 항목 외의 어느 내용에 저작권자의 허락 없이 포함시켜 사용할 수 있는지를 살펴보아야 한다. 예컨대, 저작물의 이미지는 저작물 관련 정보와 함께 본문에 포함되는 것은 당연하며 추가적으로 표지그림으로 저작물이 복제되어 실리기도 한다. 표지그림은 정확히 해설의 기능을 하기 위하여 인쇄물에 포함되는 것은 아니지만, 해설의 목적인 책자의 미적 기능을 높여 사람들의 시선을 끌려는 의도로 사용되어 해설이나 소개에 직접적으로 기여한다. 따라서 표지그림의 해상도가 호화판 복제물 정도로 높지 않다면 소개와 해설이라는 목적에 부응하는 사용이므로 표지그림으로 저작물의 이미지를 사용해도 복제권의 제한이 적용될 것으로 보인다. 나아가, 해당 제한 조항의 입법 취지는 전시나 판매에 대한 관심을 일반 공중으로부터 고취함

89) 서울중앙지방법원 2008. 10. 17. 선고 2008가합21261 판결.

에 따라 저작자의 경제적 이익을 누리게 하기 위함이다. 뿐만 아니라 문화예술시장을 활성화하고 공중의 문화예술에 대한 관심과 향유의 기회를 넓히려는 의도 또한 있기 때문에 표지에 실리는 복제물이 전시나 판매에 대한 관심을 일반 공중으로부터 고취할 수 있다면 해당 규정에 의한 요건에 충족한다고 보는 것은 타당하다. 따라서 해당 사진이미지는 고해상도가 아니라면 미술저작물이 책자의 본문뿐만 아니라 표지그림으로 복제되어 실리는 것이 허용된다는 견해는 무리한 해석이 아닐 수도 있다.⁹⁰⁾

다만 미술저작물 등을 책자나 여타 인쇄물에 복제하는 과정에서 원작의 이미지를 축소하는 것을 제외한 변형은 허용되지 않는다. 이는 저작권법 제38조에 의하여 저작물 사용에 대한 제한에는 저작인격권이 적용되지 않기 때문이다. 따라서 제35조 제3항은 저작자의 저작인격권에 영향을 미치지 않는 범위 내에서 이용이 가능하다는 것이다. 그러므로 저작자가 가지고 있는 동일성유지권에 의하여 원작의 이미지 내용과 형식을 변경하는 것은 위법이다. 편집에 편리한 크기로 맞추기 위하여 일부를 잘라 낸다든지(cropping) 삭제하여 원본의 형태를 변형시키는 행위, 색을 임의로 변경하는 행위, 저작물 위에 다른 문자 등을 겹쳐서 인쇄하는 행위는 모두 동일성유지권의 침해에 해당한다.⁹¹⁾ 그러나 인쇄상의 제약에 등에 따라 불가피하게 원본을 편집해야 한다면 이는 동일성유지권이 제한되는 부득이한 변경에 해당할 수 있을 것이다. 또한, 같은 조항에 따라 미술저작물 등을 안내 책자에 복제하고 배포하는 경우에는 그 출처를 표시하여 저작자의 성명표시권에 대한 침해를 방지해야 한다. 다시 말해 저작권법 제38조 조항을 고려하며 저작자의 저작인격권을 침해하지 않는 선에서 안내 책자 및 도록을 제작해야 할 것이다.

90) 최상필(주 82), pp. 383-384.

91) 오승중, 각주 101 재인용; 일본 동경지방법원 1973. 7. 27. 선고

II. 도록의 유상 판매와 배포권

1. 배포권

(1) 배포권의 내용

저작자는 저작물의 원본이나 그 복제물을 배포할 배타적인 권리를 가진다. 저작권법 제2조 제23호에 의하면 ‘배포’란 저작물 등의 원본 또는 그 복제물을 유형물의 형태로 공중에게 대가를 받거나 받지 아니하고 양도 또는 대여하는 것을 말한다. “양도 또는 대여”는 원칙적으로 저작물의 유형물에 의한 보급(dissemination), 즉 저작물이 화체된 유형물(원작품 또는 복제물)의 점유이전을 수반하는 개념이다.⁹²⁾ 따라서 인터넷상에서의 저작물의 무형적 이용을 제공하는 행위는 유체물의 점유이전을 수반하지 않기 때문에 배포의 개념에 포함되는 것이 아닌 공중송신(전송)에 포함된다.⁹³⁾ 이에 따라 컴퓨터 하드디스크에 저장된 파일을 P2P 프로그램 이용자들이 손쉽게 다운로드 받을 수 있도록 자신의 컴퓨터 내의 공유 폴더에 담아 두는 행위는 배포에 해당하지 않는다.⁹⁴⁾ 즉, 배포권이란 저작권자가 공중에 대한 저작물의 유형적 보급을 통제할 수 있는 권리이며 유상 이용과 무상 이용 모두를 포함한다. 또한 배포권은 저작권자가 지역적 또는 기간적으로 저작물 이용의 제한을 부여한다.

나아가 한국 저작권법은 제20조에서 배포권에 대한 ‘권리소진의 원칙’(exhaustion of right)⁹⁵⁾ 규정을 두고 있다.⁹⁶⁾ 이는 판매 등의 방법으로 저작물이 배포된 후에 해당 저작물을 다시 배포하고자

92) 서울중앙지방법원 2005. 1. 12. 선고 2003노4296 판결.

93) 오승중(주 21), p. 568.

94) 대법원 2007. 12. 14. 선고 2005도872 판결.

95) ‘권리소진의 원칙’은 ‘최초판매의 원칙’(first sale doctrine)이라고도 불리운다.

96) 저작권법 제20조는 “[...] 다만, 저작물의 원본이나 그 복제물이 당해 저작재산권자의 허락을 받아 판매 등의 방법으로 거래에 제공된 경우에는 그러하지 아니하다”고 한다.

할 경우 저작재산권자의 배포권이 소진된다는 것이다. 권리소진의 원칙은 저작물의 일차적 거래를 통해 저작재산권자는 저작물의 창작에 대한 마땅한 보상을 받을 기회를 가졌다고 보는 관점에 근거한다.⁹⁷⁾ 즉 해당 규정은 저작권자와 소유권자의 권리관계를 조율하는 효과와 함께 저작물의 자유로운 거래를 보장하기 위하여 채택되었다.

(2) 미술저작물 등에 대한 배포권 제한

미술저작물 등에 대한 복제권의 제한과 마찬가지로 배포권의 제한은 저작권법 제35조 제3항에서 찾아볼 수 있다. 해당 조항에 따라 판매나 전시를 위하여 소개나 해설을 목적으로 미술저작물 등을 복제하여 제작한 목록형태의 책자 배포에 대해서는 저작권자의 권리가 제한된다.

2. 도록의 유상 판매

(1) 배포 행위 해당 여부

배포의 범위는 이용 보상의 여부를 불문하고 저작물 등의 원본 또는 그 복제물을 공중에게 양도 또는 대여하는 것을 포함한다. 미술관은 미술저작물의 복제물이 포함된 인쇄물을 소개와 해설의 목적으로 제작하여 관람객에게 유·무상으로 배부한다. 이렇듯 미술관이 인쇄물을 공중에게 나눠주는 것을 포함하여 도록을 판매하는 것 또한 저작물의 복제물 점유를 타인에게 이전하는 것이므로 배포 행위에 포함된다고 할 수 있겠다.

(2) 배포권 제한 규정 적용 여부

저작권법 제35조 제3항은 해설이나 소개를 목적으로 하는 목록 형

97) 계승균, 「저작권법상 권리소진이론」, 『창작과 권리』, 제33호(2003), 세창출판사, p. 83.

태의 책자에 저작물을 복제하여 배포할 경우 저작권자의 사전 허락을 필요로 하지 않는다고 규정한다. 이러한 이유로 전시에 대한 안내를 위하여 제작하는 인쇄물과 책자를 관람객에게 배포하는 미술관의 행동은 저작권자의 동의가 필요 없다고 보여 진다.

안내용 인쇄물 중 전시 도록은 흔히 유상으로 판매되기 때문에 해당 제한 규정이 유상 배포의 경우에 적용되는가가 문제 될 수 있다. 그러나 저작권법은 배포에 대한 대가의 유무 관계를 따지지 않는다. 따라서 도록과 같이 전시되거나 판매되는 저작물의 해설을 위하여 제작되어 유상으로 배포되는 책자에 대해서는 저작권자의 허락을 필요로 하지 않는다고 봄이 타당하다.⁹⁸⁾

나아가 전시회 등의 수익을 위하여 도록을 판매하는 경우에 미술 저작물 등의 배포권에 대한 제한이 성립되는지 살펴보아야 한다. 본 조항에 의하면 유상으로 배포하는 경우만이 아니라 전시회 등의 수익을 위하여 판매하는 것도 허용한다.⁹⁹⁾ 미술관의 수익 구조가 오로지 전시 도록 판매만을 통하여 이루어지는 것이 아니기 때문이다. 또한 도록의 실제 제작비 이상의 가격으로 판매하여도 무방하다.¹⁰⁰⁾ 그러나 오로지 도록 판매로만 수익을 얻고자 한다면 이는 목적을 벗어난 것이므로 제35조 제3항이 적용되지 않게 될 것이다.¹⁰¹⁾ 판매로만 수익을 얻는 경우란 해당 유형의 책자를 제작하는데 있어 관람 예정 인원의 수보다 훨씬 많은 부수를 복제하여 일반인에게 판매하는 경우일 것이다.¹⁰²⁾

전시 도록은 전시회를 찾고 관심을 갖는 일반 공중에게 전시의 내용을 보다 깊이 알리기 위하여 제작되고 있다. 비록 대가를 받고 배포하는 것이기 때문에 상업적 성격을 띠기는 하지만 올바르게 정확한 저작물의 정보를 게재하고 있어 저작자의 이익을 실추시키는 것

98) 정상조(주 18), p. 590; 최상필(주 81), p. 384.

99) 허희성(주 8), p. 260.

100) 박성호(주 19), p. 595.

101) 최상필(주 82), p. 384.

102) 박성호(주 19), p. 595.

이 아니다. 오히려 저작자의 저작물에 대한 이익을 유지하거나 증대시킬 수 있는 이용 방법일 수 있다. 그러나 도록에 담긴 미술 작품 도판의 해상도는 감상용이나 보존용의 화집의 것 대등할 정도로 호화판 그림이다. 그렇다면 유상으로 판매되는 점과 도판의 해상도가 안내용의 수준을 능가한다는 점을¹⁰³⁾ 비추어 볼 때 해당 전시 도록을 배포하는 행위는 제35조 제3항의 범위에 포함될 가능성이 적겠다. 이는 미술관이 전시의 안내 책자 및 도록을 제작하여 배포할 때 그 금전적 대가를 받는 것은 허용되지만 수록되는 복제물이 자료적 성격을 떠나 보존이나 감상의 목적에 더 부합하거나 오로지 판매로만 수익을 얻고자 한다면 본 조항의 적용 대상이 될 수 없다는 것을 의미한다.

III. 인터넷상 저작물의 이미지 게시와 전송권

1. 전송권

(1) 전송권의 내용

저작물을 무선 또는 유선통신을 통해 공중이 접근하여 이용할 수 있도록 제공하는 이용 방식에 대한 저작자의 권리를 공중송신권이라고 한다.¹⁰⁴⁾ 공중송신은 방송, 전송, 그리고 디지털음성송신을 포괄하는 개념이다. ‘전송’이라 함은 공중의 구성원이 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 접근할 수 있도록 저작물 등을 제공하는 것을 말하며, 그에 따라 이루어지는 송신을 포함한다.¹⁰⁵⁾ 전송은 방

103) 안내용 수준의 해상도를 판단하는 구체적 기준은 제시할 수 없겠지만, 앞서 논의한 것과 마찬가지로 관련 판례(서울중앙지방법원 2008. 10. 17. 선고. 2008가합 21261 판결)를 비추어 볼 때 약 64x100-99x100pixel, 47x80-80x80 pixel, 그리고 400x600-600x800 pixel 크기에 근사하다면 그 기준에 부합할 것으로 생각되어진다.

104) 저작권법 제2조 7호; 저작권법 제18조

105) 저작권법 제2조 10호

송과 달리 이시성(異時性) 혹은 주문형이며 쌍방향(interactive)의 송신 형태를 가진다. 따라서 인터넷 홈페이지에 파일 업로드, 인터넷을 이용한 쌍방향 송신, 데이터베이스의 온라인시스템에 의한 쌍방향 송신, 인터넷 방송 등이 여기에 해당한다.¹⁰⁶⁾ 즉, 홈페이지나 소셜미디어 계정에 저작물의 이미지를 띄어 놓는 것은 인터넷에 업로드하는 것이므로 전송에 해당하는 저작물 이용 방식이다.

2. 저작물 이미지의 온라인 게시

(1) 전송권 해당 여부

미술관은 전시의 홍보와 소개를 위해 전시 참여 작품의 이미지 파일과 전경사진 등을 미술관 인터넷 홈페이지나 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, SNS)에 올린다. 해당 이미지 파일은 저작물의 복제물이라 할 수 있으며, 이를 인터넷에 게시하는 이용방식은 전송에 해당한다. 따라서 홈페이지나 SNS에 작품의 이미지를 업로드할 경우에는 전송권을 침해하는 것이기 때문에 그에 따른 허락을 받아야 한다.

(2) 미술저작물 등의 제한 규정의 전송에 대한 유추 적용 가능성

미술관을 포함하여 여러 미술 관련 기관은 전시 혹은 판매하는 미술저작물을 소개하기 위하여 그 이미지와 관련 정보를 인터넷에 게재한다. 이는 인터넷이 가지는 전파력을 홍보와 소개에 적절히 활용하고 직접 전시나 판매에 참여하지 못하는 이용자의 접근성을 완화한다는 장점을 이용한 홍보 방식이기도 하다.

저작권법 제35조 제3항은 저작물을 전시하거나 판매하고자 하는 경우 저작권자의 동의 없이도 저작물의 정보를 제공하는 해설 및 소개 책자를 제작하여 배포할 수 있다고 규정한다. 위의 행위는 저작물의 정보를 제공하는 안내 책자의 내용을 동일한 목적 아래 공

106) 허희성(주 8), p. 159.

중에게 공개했다는 공통점이 있지만, 인터넷이라는 공간에 게재되었다는 차이점이 있다. 따라서 해당 행위가 저작권자의 공중송신권이 침해되는가가 분쟁의 소지가 된다. 공중송신권은 저작권자의 전시권, 복제권 등을 제한하는 제35조가 제정된(1986. 12. 31.) 이후인 2006년에 신설된 규정이다. 법원은 저작권법 제35조가 제정될 당시에는 미술저작물을 온라인으로 판매하거나 이를 홍보하는 형태에 관하여 고려하지 못하였을 것으로 판단하고 위 조항의 의미와 취지를 종합해 볼 때, 해당 조항을 미술저작물 등의 공중송신권에도 유추 적용할 수 있다고 보아야 한다고 판단하였다.¹⁰⁷⁾

다만 법원은 1회 제작으로 종료되는 보통의 배포 방식과 비교할 경우 저작물의 이미지를 인터넷에 게시하는 것은 더 지속적이고 전파가능성도 크기 때문에 유추 적용되는 공중송신권의 제한 정도가 조절되어야 한다고 보았다. 따라서 미술저작물을 판매한 이후에도 지속적으로 이미지와 정보를 게시하는 것은 저작권자의 공중송신권을 침해하는 행위로 보아야 한다고 판단하였다.

또한 법원은 피고인 경매 회사가 홈페이지에 제공한 이미지가 약 64x100-99x100pixel과 47x80-80x80 pixel이며 축소 이미지를 더블 클릭하면 약 400x600-600x800 pixel이기 때문에 그 해상도가 단순한 작품 소개의 정도라고 판단하였다.¹⁰⁸⁾ 판례를 비추어 볼 때 고도의 해상도나 대용량 파일 이미지를 업로드 하는 경우에는 그 의도를 단순히 안내의 차원에서 정보를 보급하는 것이 아닌 감상을 위해 양질의 저작물 복제화를 제공하는 것으로 보아야 적합하다는 점을 말한다. 나아가 해당 판례에서는 인터넷상에서 허용되는 해상도와 파일 크기의 정확한 범위를 제시하지는 않았지만, 그

107) 서울중앙지방법원 2008. 10. 17. 선고. 2008가합 21261 판결; 대법원 2010. 3. 11. 선고 2009다5643 판결.

108) “일본은 저작권법을 개정해 인터넷 경매 등의 사이트에서 저작물의 썸네일 이미지(thumbnail image)를 게시해공중송신하는 것 등은 적법한 것으로 보고 있다.” 허희성, 「경매를 위한 미술저작물의 홈페이지 게시와 공중송신권 침해」, 『저작권 문화』(2009) p. 28; 캐서린 김, 『예술법』(학고재, 2013), p. 149 최진원(주 16), pp. 17-18 (재인용).

범위를 어느 정도 짐작할 수 있게 해준다.

이상에서 살펴본 바와 같이, 저작권법 제35조가 유추 적용되어 일정한 범위에서 공중송신권이 제한되므로 인터넷에 미술저작물의 이미지를 해설이나 소개의 목적으로 게시하는 것은 저작권자의 별도 동의 없이 허용된다고 판단된다. 또한 해당 조항은 그 범위를 미술저작물을 판매하고자 하는 자뿐만 아니라 전시하고자 하는 자 역시 포함하고 있기 때문에 미술관과 같이 미술저작물을 전시하는 주체가 안내책자를 제작, 배포, 전송하는 것은 허용된다고 할 수 있다. 그러나 도록의 제작 관련 문제와 동일하게 감상용이나 보존용으로 해상도의 파일을 업로드 하는 것은 저작권자의 공중송신권을 침해한 것이다. 즉, 미술관 전시를 설명하고 안내하기 위하여 저작물의 이미지를 홈페이지나 소셜미디어 계정에 업로드하는 행위는 해상도와 크기가 축소된 이미지를 제공할 경우에만 저작권자의 공중송신권을 침해하지 않는 것이다. 또한 전시기간 이후에도 저작물의 이미지와 정보를 계속하여 게시할 경우에는 그 파일의 크기와 해상도와 상관없이 저작권자의 동의를 받아야 한다. 그렇지 않을 경우에는 저작자의 공중송신권을 침해하는 행위로 인정될 것이다.

제2절 저작물의 사진 촬영과 저작권

I. 저작물 촬영 이미지의 저작물성

1. 사진의 저작물성

한국 저작권법의 보호대상은 인간의 사상 또는 감정을 표현하는 창작물이다. 그러나 여기서 말하는 창작성이란 완전한 의미의 독창성을 뜻하는 것이 아니다. 창작성을 인정받기 위해서는 저작자의 개

성을 나름대로 표현한 저작물로서 저작자의 정신적 노력의 소산이라는 점과 다른 저작자의 기존저작물과 구별할 수 있을 정도의 차이점을 입증하면 충분하다.¹⁰⁹⁾

사진의 경우 저작물의 인정 요건인 창작성이 문제 될 수 있다. 사진은 사진기라는 기계의 버튼을 누르기만 하면 완성되는 것이기 때문에 실제로 사진기가 발명된 19세기 중엽에는 사진의 저작물성과 사진이 저작권법의 적용대상이 될 수 있는지에 대한 논쟁이 벌어졌다.¹¹⁰⁾ 현재까지도 사진은 기계적 작용에 의존하는 부분이 많기 때문에 저작물로 인정되기 위한 촬영자의 사상 또는 감정을 표현하였다고 판단하기 어려운 부분이 있다. 따라서 법원은 사진이 사진저작물로 인정되기 위한 여러 요건을 제시하였다. 그 요건으로는 피사체의 선정, 구도의 설정, 빛의 방향과 양의 조절, 카메라 각도의 설정, 셔터의 속도, 셔터찬스의 포착, 기타 촬영 방법, 현상 및 인화 등의 과정에서 촬영자의 개성과 창조성이 반영되어야 한다는 것이다.

그러나 이러한 요건을 헤아려도 촬영자의 개성과 창작성이 뚜렷하게 나타나지 않는 것이 다반사이며 이는 사진의 저작물성에 대한 객관적 판단의 어려움을 시사한다. 예컨대, 아무리 고도의 기술을 가지고 있는 촬영자가 그 기술을 활용하여 촬영한 사진이더라도 실용적 목적으로 피사체를 충실하게 표현한 사진은 표현 방법에 있어서 창작성을 주장하기 어려우며 저작권 보호를 받을 수 없다.¹¹¹⁾ 또한 법원은 자연 풍경은 만인에 의해 공유되는 창작의 소재이자 촬영자가 피사체에 변경을 가하는 것이 불가능하기 때문에 자연경관의 사진을 사진저작물로 인정하기 어렵다 판단하기도 하였다.¹¹²⁾ 이와 같이 촬영자의 개성 인정을 하는 데 있어 객관적 판단의 부재는 사진의 저작물성 판단 여부의 문제를 야기시키기도 하지만 사진저작물의 한계를 강조하고 해당 저작물의 특이점을 드러내기도 한

109) 대법원 1995. 11. 14. 선고 94도2238 판결.

110) 정상조, 박준석(주 35), p. 307.

111) 대법원 2001. 5. 8. 선고 98다43366 판결.

112) 서울중앙지방법원 2014. 3. 27. 선고 2013가합527718 판결.

다.

2. 미술 작품 촬영 이미지의 저작물성 판단

앞서 논했던 바와 같이 미술관은 홍보, 관람객 안내 등의 이유로 전시되는 미술 작품의 사진촬영은 진행한다. 나아가 전시를 방문하는 관람객에 의하여도 작품은 촬영된다. 이렇듯 통상 저작물이 촬영된다면 이러한 사진을 개별적인 저작물로 인정할 수 있을지에 대해 살펴볼 필요성이 있다.

저작물을 사진 촬영한 이미지의 저작물성을 인정하기 위해서는 촬영자의 개성이 나타나야 한다. 미술관에서 도록 등에 게재하기 위해 촬영하는 미술작품은 통상 흰 바탕에 배치하여 작품의 색감과 형태 등이 실제와 최대한 유사하게 촬영되고 있다. 법원은 햄 제품 사진이 사진저작물인지에 대하여 흰 상자 속에 해당 제품을 넣고 촬영한 점과 피사체를 충실하게 촬영한 점 등을 비추어 볼 때 햄 제품 사진을 촬영자의 기술을 활용하여 표현했다고 하더라도 광고의 목적으로 한 실용적 이미지로 보아야 한다고 판단했다.¹¹³⁾ 평면인 미술저작물은 정면에서밖에 촬영할 수 없고, 따라서 촬영 위치의 한계가 있다는 점에서 제품 사진을 촬영하는 것과 비슷한 맥락에 위치하고 있다. 그러므로 촬영자의 창작성을 더할 수 있는 틈새가 크지 않아 그 저작물성을 인정하기 어렵다고 생각되어진다. 반면, 조각 작품, 설치 작품 등 입체적인 미술저작물의 경우 흰 배경에 두고 찍는다고 하더라도 여러 각도에서 촬영될 것이다. 이러한 사진 촬영의 목적은 저작물을 충실하게 표현하기 위함인긴 하지만 촬영자에 따라 피사체를 찍은 각도를 다르게 설정할 것이다. 각도 선택의 폭이 넓다는 점은 사진에서 보여 지는 각도의 설정이 촬영자가 피사체를 바라보는 독특한 시각을 표현한다고 볼 수 있다는 가능성을 시사한다. 따라서 3차원적 미술 작품을 촬영한 사진 이미지를 저작물로 인정할 수 있는 여지가 보인다.¹¹⁴⁾ 하지만 입체 작품의 정면, 측면 사

113) 대법원 2001. 5. 8. 선고 98다43366 판결.

진은 통상적인 촬영 방식이기 때문에 독특한 각도로 촬영되지 않았다면 촬영자의 개성을 인정할 수 없고, 그 사진 이미지에 대한 저작물성을 주장하기 어려울 것이다. 즉, 제품사진과 동일하게 미술관에서 촬영한 사진은 실용적 목적으로 피사체를 충실하게 촬영하였다. 그러므로 새로운 창작성을 인정할 틈이 좁아 단순 복제로 보는 것이 타당하며 해당 사진은 별도의 저작물로 인정되기 어려울 것이다.

실제로 칼라인쇄기술이 발달함에 따라 저작물 원본의 재생 효과도 갈수록 향상되어 원본에 가까운 느낌을 전달하기 위한 촬영자의 미묘한 개성과 기술이 현상 및 인화의 과정에서 나타나고 있다. 평면 저작물인 서양 회화를 책자로 발간하는 경우 사진의 원판 제작자를 선정하는 것은 책의 질을 좌우하기 때문에 출판의 제작 과정에서 주요한 고려 요건이고, 원판제작자 또한 자신들이 제작한 원판에 대하여 저작권사용에 유사한 사용료를 받고 있는 실정이다.¹¹⁵⁾ 이러한 경우 기존 저작물을 촬영한 사진의 인화 과정에서 촬영자의 창작성이 인정될 여지가 있어 보인다. 그러나 위의 햄 제품 사진과 같이 촬영자의 고도 기술은 사진의 저작물성을 인정하기에 부족하였고, 동일하게 촬영자의 현상 기술이라는 이유만으로 사진저작물로 인정하기에는 부족할 수도 있다고 생각된다.¹¹⁶⁾ 따라서 현상 및 인화 등에서 나타나는 개성만으로 기존 저작물을 그대로 복제한 사진의 저작권을 주장할 수 있는지는 의문이다.

114) 같은 입장으로 Grischka Petri, “The Public Domain vs. the Museum : The Limits of Copyright and Reproductions of Two-Dimensional Works of Art”, *Journal of Conservation and Museum Studies*, 12:1(2014), pp. 6-7.

115) 이상정, 「사진의 저작물성에 관한 일고」, 『계간저작권』, 제100호(2014), 한국저작권위원회, pp. 99-100.

116) 미국 법원 또한 2D 형식의 미술 작품을 복제한 사진은 촬영자의 고도의 기술이 더해져 실제의 작품과 최대한 유사하게 촬영되었지만 이러한 기술을 토대로 사진의 저작물성을 인정하기에는 사진에서 창작자의 개성과 창작성을 인정하기엔 부족하다는 판단을 내렸다. (Bridgeman Art Library v. Corel Corporation (36 F. Supp. 2d 191, 200 (S.D.N.Y. 1999)) Kenneth D. Crews, “Museum Policies and Art Images: Conflicting Objectives and Copyright Overreaching” *Fordham Intellectual Property Media & Entertainment Law Journal*, 22(2012), p. 5.

그러나 관람객이 미술관에서 촬영하는 사진은 그 피사체가 평면 혹은 입체 작품의 여부를 떠나 전시 전경이 배경으로 포함된다. 또한 현대미술 전시에서 많이 나타나는 장소특정적 작품의 경우 그 장소와 작품의 연관관계로 인하여 작품이 설치된 환경을 배경으로 촬영한다. 햄 제품 사진 사건에서 법원은 햄 제품과 배경장식물 등을 독창적으로 조화롭게 배치하여 놓고 촬영한 이미지에 한해서는 창작성을 인정하였다.¹¹⁷⁾ 이런 맥락에서, 동일하게, 배경을 두고 여러 각도에서 촬영된 기존 저작물의 이미지에 대한 창작성이 인정되어 새로운 저작물로 인정될 수 있어 보인다. 따라서 3차원적 저작물을 촬영할 경우, 촬영자가 저작물, 혹은 피사체와 배경의 구도 및 카메라 각도를 설정하는 등의 방법에 따라 그의 개성과 창조성이 반영되기 쉽기 때문에 새로운 저작물로서 인정받을 여지가 있다고 판단된다.¹¹⁸⁾

II. 관람객의 저작물 촬영과 저작권

1. 복제권 침해 여부

스마트폰의 등장으로 카메라를 편리하고 손쉽게 사용할 수 있게 되면서 관람객이 전시 작품이나 전시 공간을 촬영하는 것은 예사로운 일이 되었다. 그러나 저작권법은 사진촬영을 ‘복제’의 방법으로 규정하고 있기 때문에¹¹⁹⁾, 저작물의 사진촬영은 저작권자의 복제권에 포함되는 이용행위이다. 따라서 이러한 경우 촬영된 사진에서 촬영자의 개성과 창작성이 나타나 이를 새로운 사진저작물로 인

117) 대법원 2001. 5. 8. 선고 98다43366 판결.

118) 이상정(주 114), p. 74.

119) 저작권법 제2조22호 “복제는” 인쇄●사진촬영●복사●녹음●녹화 그 밖의 방법으로 일시적 또는 영구적으로 유형물에 고정하거나 다시 제작하는 것을 말하며, 건축물의 경우에는 그 건축을 위한 모형 또는 설계도서에 따라 이를 시공하는 것을 포함한다.

정할 수 있는지의 여부를 떠나 일차적으로 그 사진에는 기존 저작물이 포함되어 있기 때문에 이는 복제의 행위에 해당된다. 관람객이 해당 사진을 사적으로 이용하는 경우가 아니라면 해당 사진촬영은 원저작자의 복제권을 침해하는 행위이며, 이에 대해서는 저작권자의 사전 동의가 필요하다.

2. 전송권 침해 여부

SNS는 온라인상에서 불특정 타인과 관계를 맺을 수 있는 서비스로 인터넷의 급속한 발전과 스마트폰의 등장으로 인해 빠르게 그 이용자 수와 서비스의 종류가 다양해지고 있다. SNS는 특정 생산계층에 의해 생산되는 정보를 흡수하였던 이전에 비하여 이용자 누구나 스스로 정보를 생산하고 유통하는 양방향 교류의 수단이다. 나아가 생산적 소비자들에 의하여 생산●가공●수정●유포되는 콘텐츠는 SNS상에서 급속도로 전파되어 신속하게 반응이 이루어지기 때문에 개방성과 파급력이 상당하다는 특징이 있다.¹²⁰⁾ 따라서 다양한 의견이 교환되고 문화의 저변이 확대되는 데에 핵심적인 역할을 할 수 있는 기능으로 주목 받기도 한다.¹²¹⁾ 트위터(Twitter), 페이스북(Facebook), 인스타그램(Instagram)과 같은 글로벌 서비스를 포함하여 카카오톡, 카카오톡스토리과 같은 국내의 서비스가 그 예시이다.

실제로 전시를 개최한 후에 전시 전경을 사진 촬영한 관람객이 자신의 SNS에 해당 사진을 게시하면서 간접적인 홍보 효과를 누리는 성공 사례가 나타났다.¹²²⁾ 따라서 이런 방식은 자연스러운 전시의

120) 최수진, 「SNS상 사진저작물에 관한 검토」, 『창작과 권리』, 제87호(2017), 세창출판사, pp. 95-96; 장연이, 김희권, 「소셜미디어에서의 사진저작물 스크랩에 관한 법률문제」, 『한국 콘텐츠학회 논문지』, 제11권 10호(2011), 한국콘텐츠학회, pp. 243-244.

121) 장연이, 김희권, 「소셜미디어에서의 사진저작물 스크랩에 관한 법률문제」, 『한국 콘텐츠학회 논문지』, 제11권 10호(2011), 한국콘텐츠학회, p. 244.

122) 서정운, 「[영상] 2030 마음을 사로잡은 ‘대림미술관의 비밀’」, 『오마이뉴스』, 2017.4.4.; 출처:

홍보 수단으로서 주목받고 있다. 그러나 전시장 내부와 작품을 촬영한 사진을 인터넷에 업로드하는 행위는 그 사진의 저작물성 판단을 막론하고 미술품의 저작권자의 전송권을 침해할 수 있기 때문에 주의가 필요하다.

SNS를 통한 저작권침해는 먼저 타인의 저작물을 찍어 자신의 단말기나 컴퓨터에 저장하면서 이루어진다. 촬영자가 오로지 자신만이 감상 혹은 기념하기 위하여 사진을 찍었다면 이러한 복제 행위는 ‘사적이용’으로 인정되어 문제가 되지 않을 것이다. 그러나 자신의 SNS 계정을 통해 복제한 타인의 저작물 사진을 동의 없이 게시하는 것은 전송에 해당하기 때문에 원저작재산권자에 대한 저작권 침해라 볼 것이다.

전송은 공중을 대상으로 하고 있다. 단체대화방, 밴드, 비공개 설정을 한 SNS 계정 등 송신된 저작물을 열람할 수 있는 자가 제한된(불)특정 소수도 공중의 요건에 충족하는가와 저작물을 게시하는 이러한 방법이 전송에 해당하는가가 문제 될 수 있다.

법원은 개별 이용자들이 소리바다 서비스에의 접속을 유지하고 있는 한 서비스의 다운로드 폴더는 다른 이용자들이 해당 파일을 다운로드 받을 수 있는 상태에 놓이게 된다는 점에서 이를 저작물을 제공하는 전송에 해당된다고 판단하였다.¹²³⁾ 이 판례는 공중송신권에서 ‘공중’의 범위를 “전파가능성”의 관점에서 해석해야 한다는 것을 시사한다.¹²⁴⁾ 개별 이용자들이 불특정의 소수에 포함되거나 전송에서 공중의 요건을 충족한다고 보아 이용자들이 타인의 저작물을 다운로드 받을 수 있는 상태에 놓고 공유하는 것이 공중송신권을 침해한다고 판단하였기 때문이다.

공중송신권에서 ‘공중’의 범위를 ‘전파가능성’의 관점에서 해

http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002313174, 2017.9.15.

123) 서울고등법원 2007. 10. 10. 자 2006라1245 판결.

124) 박성민, 「SNS상의 저작권침해 유형과 경미한 저작권침해에 대한 형법의 자제」, 『형사법연구』, 제26권 3호(2014), 한국형사법학회, p. 158

석할 때 가정에 준하는 소수의 집단이 초청된 단체대화방은 공중의 범위에 속하지 않을 것으로 판단된다. 반면 모든 지인을 초대한 단체대화방은 그 참여자가 불특정 소수에 포함될 것이나 업로드한 저작물이 공유되고 다운로드 받을 수 있는 상태에 놓이게 되기 때문에 이는 전송권 침해라 보여 진다. 또한 비공개 SNS 계정이라도 팔로잉을 한다면 업로드 된 저작물의 사진을 해당 SNS에 아무 때나 접속하여 감상할 수 있다는 점에서 전송으로 인정될 수 있다고 생각된다. 따라서 관람객이 전시장에서 찍은 사진들을 자신의 SNS 계정에 업로드 하는 행위는 계정의 형태와 콘텐츠의 조회 대상에 따라 공중송신권의 침해가 판단될 것이다. 다시 말해 가정에 준하는 소수의 지인이 초대된 대화방이나 밴드의 경우는 사적이용으로 볼 수 있으나, 그 상대의 폭이 넓고 그들이 자유롭게 업로드 된 저작물에 접근하고 공유될 수 있다면 이러한 저작물의 ‘전파가능성’이 존재하므로 전송 행위로 인정됨이 상당하다고 보여 진다.

제4장 미술전시와 저작권 계약

제1절 미술관에서 저작물의 전시와 전시권의 제한

I. 전시되는 저작물의 종류

소장품 중심의 전통적인 미술관에서부터 소장품을 구축하지 않고 기획전시만으로 운영되는 전시전문 미술관까지¹²⁵⁾ 오늘날 미술관의 형태는 다원화되었다. 따라서 소장품을 바라보는 미술관의 시각도 변화하였다. 과거에는 소장품이 미술관의 정체성을 나타내기 때문에 소장품의 구축과 보존이 주요 운영 목적이었다. 그러나 미술관이 공중에게 교육적 목적을 다하는 기관으로 부각되면서 미술관 전시의 중요성이 강조되며 양질의 전시를 기획하는 것이 우선시 되었다. 이에 따라 소장품 이외에도 전시 주제에 부합하는 작품을 외부에서 섭외하여 완전한 전시를 기획해야 한다는 시각이 주류로 나타났다. 이는 소장품의 규모가 작은 미술관은 다른 기관이나 개인 컬렉터에게 작품을 대여하는 방법을 이미 고수하였기 때문에 새로운 현상은 아니다. 그러나 타 기관이나 개인 컬렉터 혹은 작가 본인에게 대여하는 방식을 넘어서 커미션 워크(commissioned work)를 의뢰하는 사례 등이 많아지며 전시 참여 작품을 섭외하는 방식이 다양해지는 현상이 나타났다. 따라서 그 종류가 많아진 전시 참여 저작물을 조사하고 논의하며, 해당 저작물을 전시 기획에서 사용할 때 주의할 점을 파악할 필요성이 제기된다.

125) “흔히 쿤스트할레로 불리는 전시전문미술관은 비교적 최근에 발전된 형태로서, 소장품 없이 기획전만으로 움직이는 미술관이다. 대표적으로 뉴욕의 뉴뮤지엄과 P.S.1, 독일의 쿤스트할레, 파리의 팔레트 도교 등이 여기 해당한다.” 윤호성(주 4), p. 149.

1. 미술관 소장 저작물

(1) 소장품

미술관은 구입, 기증 등을 통하여 작품을 수집하며, 이렇듯 미술관이 소유권을 양도받아 보존하고 연구하는 작품들을 소장품(collections;所藏品)이라고 칭한다.

소장품을 구축하는 방법 중 구입은 수•능동적 형태를 가진다. 수동적 방법으로는 일반구입이 있는데, 이는 구입 공고를 통해 불특정 다수의 소장가로부터 작품을 구입하는 것이다. 반면 지정구입은 소장하고자 하는 미술품이 출품된 경매에 참여하거나 그것을 소유하고 있는 소장가와 직접 접촉하여 능동적으로 구입하는 방법이다.

나아가 미술관은 기증을 통하여 작품을 수집하기도 한다. 기증은 증여와 유증으로 구분할 수 있다. 증여란 자료의 소유자가 기증 의도를 가지고 자료의 소유권을 일정한 기관에게 양도하는 행위이다. 반면 유증은 소유자가 기증 의사를 유언으로 남겨 소유권을 미술관에 넘겨주는 행위이다. 기증은 무상기증이 보편적으로 이루어지는 형태이지만 일부의 경우 기증에 대한 금전적 보상을 하기도 한다. 대부분의 소장가는 자신의 수집품에 큰 애착을 가지고 있어 소장가로부터 자료를 기증받는 업무를 소장품을 확보하는 차원으로 단순 인식해서는 안 된다. 여러 기증자 예우 프로그램이나 기증 조건을 제시하여 기증품들의 사후관리 및 연구가 지속되고 있다는 점을 어필해야 할 필요성이 있다. 반대로 소장가가 원하는 기증조건을 제시할 수 있기 때문에 기증에 대한 협의를 통하여 기증조건을 결정하고 소유권의 양도절차를 서면으로 진술하여 서로 기증증명서를 작성•교부하고 기증 자료를 등록해야 한다.¹²⁶⁾ 원칙적으로는 기증자와 상속인에게 기증된 자료는 반납이 불가하다. 나아가 소장품의 수집 방식에 상관없이 미술관은 계약서 및 증명서를 작성•교부해야 한다. 기증자가 소유권과 저작권재산권 모두를 양도하거나 소유권만을

126) 윤병화, 『학예사를 위한 박물관학』 (예문사, 2016), p. 23.

양도하는 등 그 양도의 형태가 다양하기 때문이다. 대부분의 기증은 전자의 경우가 많지만, 후자의 경우 권리의 이원구조가 발생되어 미술관에서 저작물을 사용할 때에 추가적인 계약서를 작성하는 복잡한 절차를 밟는 등 많은 제약이 있을 수 있다.¹²⁷⁾

2. 미술관 비소장 저작물

(1) 대여품

대여란 소유권을 유지하되 전시, 연구, 조사 교육을 목적으로 일정 기간 자료를 타인이나 타기관에게 빌려주는 방법이다¹²⁸⁾. 따라서 대여품은 약정을 통해 일정 기간 동안 임대한 미술작품을 의미한다. 다른 기관이나 개인으로부터의 미술작품 대여는 미술관의 소장품이 일시적으로 확대되는 것과 비슷한 효과를 가지고 있다.¹²⁹⁾ 특히 소장품 대여는 미술관 사이에서 가장 흔한 교류 방식이다. 따라서 소장품이 없거나 그 규모가 작은 미술관은 계획하는 전시를 이행하지 못할 경우 다른 미술관으로부터 소장품을 대여해오는 대책 수단을 택한다.

(2) 기탁품

기탁이란 일정한 기간 동안 외부 컬렉터나 다른 기관의 소장품을 미술관이 임시로 보관해주는 기능을 말한다. 기탁품은 약정 기간 동안 미술관 측에서 물품의 보호와 관리를 책임지어야 한다. 나아가 단순히 보관만 하는 것이 아니라 전시 또는 학술연구 등에 활용할

127) 조각가 문신(文信) 선생의 타계 후에 기존의 재단법인을 해산하고 마산시에 미술관과 작품 등을 무상으로 기증하여 마산시립문신미술관이 새로이 설립되었다. 하지만, 미술관의 소장 작품에 대한 소유권은 마산시로 양도 되었지만 저작권과 상표권은 유족측이 유지하였다. 저작권과 소유권간 분리구조로 인하여 조각가의 작품을 활용한 수익사업과 문화상품 개발이 제한되는 사태가 일어났다. 정윤정(주 3), pp. 121-124.

128) 윤병화(주 127), p. 24.

129) 김상태, 『큐레이터를 위한 박물관 소장품의 수집과 관리』(예경, 2012), p. 106.

수 있으므로 대여품과 동일하게 미술관이 이용 가능한 작품의 범위가 일시적으로 확대되는 효과를 얻는다.¹³⁰⁾ 그러나 소유권이 미술관에 귀속되어 있지 않기 때문에 작품의 활용 방법은 소유자와의 협의로 이루어지고 있어 그 활용 가능 범위에 제약이 있다.

(3) 커미션워크

커미션 워크(Commissioned work)란 사전에 완성된 작가의 작품을 뜻하는 것이 아닌 미술관이 전시 기획기간 동안 작가에게 작품 제작 의뢰를 하고 창작비(artist fee)를 지원하여 미술관의 공간, 전시의 주제와 취지 등의 사항을 토대로 전시의 맥락에 알맞게 제작되는 작품을 말한다. 커미셔닝을 의뢰하는 주체는 미술관과 같은 문화예술기관뿐만 아니라 다른 공공기관에서부터 민간단체까지 다양하며, 전시 장소의 범위 또한 옥내와 옥외를 아우른다. 커미션 워크는 미술관 부지 내에서만 전시되는 작품으로 국한되는 것이 아니며, 공공장소에 설치되는 공공미술 또한 커미션 워크의 일종이다.

미술작품을 작가로부터 커미셔닝(commissioning)¹³¹⁾ 한다는 것은 현대에 들어 새로이 나타난 현상이 아니다. 예컨대, 중세시대에 주요 예술 후원자이던 교회가 화가들에게 작품을 의뢰한 것도 커미셔닝의 유형이다. 그러나 동시대 미술계에서 커미셔닝 활동이 활발하게 이루어지는 이유는 위탁자와 수탁자 모두에게 이익을 주기 때문이다. 커미션 워크를 전시함으로써 위탁자는 현대 미술에 이바지한다는 유익함을 선사 받는다. 나아가 수탁자인 미술 작가에게는 제도의 지지와 함께 자신의 작품 세계를 표현할 수 있는 새로운 수단을

130) 김상태(주 130), p. 44.

131) 커미션(commission)이라는 용어는 갤러리나 옥션에서 위탁 판매의 대가로 받는 수수료를 뜻하기도 하여서 혼란을 줄 수 있기 때문에 제작 의뢰 제의, 계획, 자금 조달, 제작, 전시, 사후 관리까지 총체적으로 미술 작품 제작의 전과정을 일컫는 ‘커미셔닝(commissioning)’을 사용하는 것이 더 적합하다는 견해. 따라서 커미션과 커미셔닝을 구분하여 사용해야 한다는 견해.; 박혜진, 「Practice of Commissioning Contemporary Art by Tate and Artangel in London」, (석사학위논문, 서울대학교, 2014), p. 19.

언어 현대 미술을 확장할 기회를 얻을 수 있다.¹³²⁾

특히 오늘날 근현대미술을 중점적으로 다루는 미술관은 작품 수집과 보존의 장으로서와 동시대의 미술이 구현되는 현장으로서의 교육적 역할을 복수적으로 수행하고자 한다. 커미셔닝은 미술관 전시 공간을 동시대 미술 현장의 연장선상으로 설정하여 현대 미술의 시발점이자 구현의 전개 과정을 보여주는 공간으로서 기능을 피할 수도 있다는 장점을 가지고 있다.¹³³⁾ 이에 따라 전시 공간과 전시 주제에 완벽히 부합하는 커미션 워크는 미술관이 더욱더 선호하는 작품 섭외 방식으로 여겨지는 것이다.

II. 전시되는 저작물의 저작권과 소유권 조율

1. 저작권과 소유권과의 관계

저작물은 창작자의 사상 혹은 감정이 표현된 무체물로서 저작권법이 적용되고 있으며, 물건과 같은 유체물에 대해서는 민법상의 물권법이 적용된다. 저작권과 소유권이 별개의 권리로 보는 하나의 근거로는 인격적 요소를 포함하고 있는가에 있다. 저작물은 저작자의 인격 자체의 발현인 성과에 관한 권리인 데 반하여, 소유권은 오로지 물건에 관한 권리로 인격적 요소를 포함하고 있지 않다.¹³⁴⁾

저작권은 어떠한 절차나 형식의 이행을 필요로 하지 않기 때문에 저작물을 창작한 그 시점부터 저작권이 발생한다. 따라서 미술저작물의 경우 작가가 자신이 창작한 미술저작물을 계속 보유하고 있다면 그에 대한 소유권 역시 갖고 있는 것이다. 반면, 그 소유권을 타인에게 양도한다면 저작자는 저작물에 대한 저작권만을 보존하는 것이다.

132) 박혜진 (주 132), p. 40.

133) 박혜진 (주 132), pp. 39-41.

134) 이준형, 「미술저작물에 있어서 저작권과 소유권의 충돌」, 『스포츠와 법』, 제10권 3호(2007), 한국 스포츠 엔터테인먼트 법학회, p. 131.

미술관 소장품의 경우 그에 대한 소유권은 저작자로부터 이전되었다. 그러나 저작재산권은 저작물에 따라 그 귀속 여부가 달라질 수 있다. 소장품 수집 과정에서 작품의 소유권과 저작재산권이 함께 양도되는 경우가 대부분이다. 그러나 저작재산권이 양도자에게 혹은 원저작자에게 유보되는 경우에는 미술관의 소유 작품이기는 하나 저작물을 이용할 때에 추가로 관련 저작권 계약을 작성해야 하는 복잡함이 증가할 수 있다. 나아가 외부에서 작품을 대여하거나 기탁하여 전시기획에 사용하는 경우에는 작품의 저작재산권자, 임대인, 임차인 등 더 복잡한 이해관계가 얹혀 있을 것이다. 소유권을 양도받은 제3의 사람이나 미술관으로부터 대여하는 경우 저작물의 소유권자와 저작권자가 분리되기 때문이다.

한국의 저작권법은 저작물의 소유자와 저작자의 이해관계를 조율하고 충돌을 방지하기 위하여 저작권 제한 규정을 입법하였다. 나아가 이는 미술저작물 등의 경우 저작자가 작품 원본의 판매 혹은 전시를 통하여 경제적 이익을 창출한다는 점 역시 고려한 것이기도 하다.

2. 소유권을 의식한 저작권 제한 규정

(1) 제11조 제3항의 저작권자 동의 추정된 공표 규정

해당 조항은 “저작자가 공표되지 아니한 미술저작물·건축저작물 또는 사진저작물(이하 “미술저작물 등”이라 한다)의 원본을 양도한 경우에는 그 상대방에게 저작물의 원본의 전시방식에 의한 공표를 동의한 것으로 추정한다”고 규정한다. 즉 미술저작물 등의 주요 공표 방식이 전시라는 점과 그 거래 방식이 원본의 양도라는 점을 비추어 양수인의 저작물 전시라는 양도의 목적을 이룰 수 있게끔 저작권자의 권리를 일정 제한한 것이다. 또한 해당 규정에 따라 미공표 저작물을 전시하는 것 역시 저작권법 추정규정에 따라 별도로 저작자의 동의가 필요하지 않다. 다시 말해, 수집, 기증, 대여 등의

방식으로 섭외한 자료가 미공표 저작물이여도 이를 전시할 때 저작권법상 공표에 대한 추정으로 인하여 저작권자의 권리를 침해하지 않는 것이다.

(2) 제20조의 배포권 권리소진 규정

해당 조항은 저작자의 배포권에 관한 규정으로 그 단서에서 “다만, 저작물의 원본이나 그 복제물이 해당 저작재산권자의 허락을 받아 판매 등의 방법으로 거래에 제공된 경우에는 그러하지 아니하다”고 규정하여 저작물의 소유권이 이전되었을 때에 배포권을 소진시키고 있다. 저작권자가 자신의 배포권을 영원히 행사할 수 있다면 저작물의 소유권자가 일정한 금액을 지불하여 양도한 저작물을 사용하거나 처분할 경우 방해를 받을 수 있다. 저작권자의 배포권과 소유권자의 처분권과의 긴장관계를 비추어 저작권법은 저작권자가 한 번이라도 저작물을 공중에게 판매하고 거래하였다면 자신의 권리를 행사하였다고 보는 것이 마땅하다고 보아 그에 대한 배포권을 소멸시켰다.¹³⁵⁾ 이 조항은 미술저작물뿐만 아니라 모든 저작물에 적용된다. 그러나 미술저작물의 측면에서 바라본다면, 미술 작품의 소유권자가 이를 기관이나 개인에게 대여해주거나 재양도할 경우 저작권자의 배포권 방해를 받지 않는다는 점을 보여준다.

(3) 제35조 제1항 및 제2항의 저작권자 동의 추정된 전시 규정

해당 조항은 위의 제11조 제3항과 동일하게 미술저작물 등의 소유권을 행사할 수 있도록 하는 규정이다. 미술저작물 등의 전시는 본디 저작재산권자의 전시권에 의하여 시행되지만, 전시를 전제로 저작물이 화체된 원본이 통상 양도되고 있다. 원본의 소유권을 취득하였음에도 불구하고 그 미술품을 전시할 때마다 저작권자로부터 허락을 받아야 한다면 소유권자 저작물 향유의 제한이 있을 뿐 아니

135) 계승균, 「저작권법상 소유권을 의식한 조항에 관한 일 고찰」, 『정보법학』, 14권 3호(2010), 한국정보법학회, p. 6.

라 미술저작물의 유통성이나 작품가치를 떨어트릴 수 있다. 따라서, 공표권의 제한과 유사하게 저작물 원본의 소유권자가 자신의 소유권을 행사할 수 있도록 하는 규정이다. 즉, 저작물의 원본의 소유자나 소유자로부터 동의를 얻은 자는 미술저작물 등의 원본을 전시할 수 있도록 보장하고 있다. 그러나 저작물이 양도되었다고 하더라도 저작물의 소유권과 함께 저작권이 이전되는 것은 아니며, 해당 조항은 다만 소유권자와 저작재산권자의 불합리함을 조율하기 위함이라는 것을 이해해야 한다.

살펴본 바와 같이 한국의 저작권 제한 규정은 소유권자가 미술저작물을 전시할 경우를 대비하여 저작재산권자의 권리를 제한하고 소유자의 권리를 어느 정도 보장하고 있다. 따라서 미술관의 소장품만을 전시에 활용하는 경우 소유권이 미술관에 귀속되어 있기 때문에 전시에 대한 이용허락을 저작재산권자로부터 별도로 받지 않고 거행되어도 무관하다. 또한 타기관이나 개인에게 대여해 온 미술 작품의 경우 역시 전시에 대한 행위로 인해 저작재산권자의 권리가 침해되지 않을 것이다. 소유자가 대여에 응한다는 것은 자신의 소유물에 대한 전시를 허락한다는 것을 의미하기 때문이다.

커미션 워크 역시 소장품과 대여품과 비슷한 위치에 있을 것이다. 해당 작품의 경우 저작권이 창작자인 작가에게 귀속되는 것은 당연하다. 작가가 제작비를 지원받아 창작하였어도 작품의 표현 방식은 작가의 정신적 결과물이기 때문이다. 그러나 작품에 대한 소유권의 귀속은 작가부터 작품의뢰 측인 미술관까지 계약서의 내용별로 서로 각기 다르다. 예컨대, 제작비와 작가의 창작비(artist fee)를 지급하였지만 작품의 소유권을 작가에게 귀속하도록 계약한 한 해외 미술관의 경우 작가가 아닌 미술관이 작품을 선매할 수 있는 권한을 가지게끔 약정 하였다.¹³⁶⁾

136) 김인혜, 「전시기획의 실제 : 《덕수궁 프로젝트》전을 중심으로」, 『국립현대미술관연구논문』, 제4집(2012), 국립현대미술관, pp. 184-186.

그러나 커미션 워크의 소유자를 판단하고 그로부터 전시에 대한 허락을 받을 수 있는지의 여부는 그리 중요한 문제가 아니라고 여겨진다. 작가가 미술관으로부터 작품에 대한 창작 의뢰를 승낙한다는 것은 전시를 전제로 작가가 작품을 제작한다는 것을 의미하고 자신이 창작한 저작물의 전시에 대한 묵시적 동의가 있었다고 유추할 수 있기 때문이다. 따라서 커미션 워크를 전시에 포함시키는 것에 대한 저작권자의 별도 허락이 필요 없다고 생각된다.

위에서 논의한 저작권 제한 규정은 전시라는 저작물 이용방식에만 국한되는 것이다. 그러나 전시를 기획하면서 여러 다른 방법으로 저작물을 이용한다. 복제, 전송 등이 그것이며 이와 같은 저작물 이용 방식에 대하여는 저작권 계약을 통해 저작재산권자로부터 별도의 허락을 필요로 할 것이다.

제2절 미술관 전시를 위한 저작권 계약

I. 저작권 계약의 종류와 이용범위 해석의 원칙

저작인격권은 저작자에게 일신 존속하여 양도가 불가능하기 때문에, 저작권 계약은 저작재산권에 한해서 이루어지는 계약이다. 저작권법은 저작권 양도와 이용허락 계약의 형식이나 기준을 별도로 명시하고 있지 않기 때문에 구두에서 서면 계약까지 그에 관한 당사자 간의 의사표시가 있었다면 그 권리를 이전할 수 있다. 저작재산권 계약의 종류는 양도와 이용허락이 있으며, 저작권은 여러 권리의 다발이기 때문에 전부 또는 일부에 대한 계약을 체결할 수 있다.

1. 저작재산권 양도

저작재산권의 양도란 기존 저작재산권자(양도인)와 양수인간 의사 합치 아래 양수인에게 저작물에 대한 배타적인 지배권이 이전되는 것이다. 따라서 원저작자는 자신이 창작한 저작물이더라도 더 이상 이전된 권리에 해당하는 이용을 할 수 없게 된다. 저작권은 여러 권리의 다발이기 때문에 전부 또는 일부의 저작재산권을 양도할 수 있으며 기간이나 장소적인 제한을 하여 양도할 수도 있다. 전부를 양도하는 경우 특약이 없을 때에는 2차적저작물작성권은 포함되지 않는 것으로 추정하지만, 프로그램의 경우 특약이 없는 한 2차적저작물작성권도 함께 양도된 것으로 추정한다.¹³⁷⁾

저작재산권양도등록은 필수적인 사항은 아니다. 그러나 등록을 하지 않은 경우 양도인이 다른 제3자에게 동일한 저작재산권을 양도하고 이를 등록하거나 이용을 허락한 경우에는 최초 양수인은 양수를 받거나 이용허락을 받은 제3자에게 양수받은 권리를 주장할 수 없게 된다. 즉 등록하지 않은 양수인은 그 제3자에게 침해 금지나 손해배상을 청구할 수 없다. 따라서 제3자에게 대항하지 못할 수도 있는 만약의 상황을 대비하여 양수받은 후에 권리변동에 대한 등록을 하는 것이 안전할 것이다.

2. 저작재산권 이용허락

저작물의 이용허락은 저작재산권자와 이용자 간 합의된 저작물의 이용방법 및 조건 범위 안에서 그에 대한 대가를 지불하여 그 저작물을 이용할 수 있는 계약 형태이다. 저작물에 대한 이용허락의 형태로는 독점적과 비독점적 계약이 있다. 독점적 이용허락이란 계약 상대방에게만 이용허락을 하는 계약이고, 비독점적 이용허락이란 계약 상대방을 포함한 다수의 사람에게 복수적으로 이용허락을 하는 계약이다.

저작재산권자가 저작물의 독점적 이용허락을 받은 최초의 이용자

137) 저작권법 제45조 제2항

이후에 제3자에게 다시 이용허락을 한 경우 제3자에게 직접 대상 저작물의 이용을 중지시킬 수 있는 권한은 없다. 이용허락 계약은 채권 형태의 계약이기 때문이다. 나아가 저작재산권자가 이용허락을 한 후에 저작재산권을 양도하였을 경우에 이용허락계약상 양도행위가 저촉된다면 이용계약을 위반한 책임을 져야 한다. 그러나 그렇다고 양도계약 자체가 무효가 되는 것은 아니다.

3. 저작재산권의 양도와 이용허락의 구별

저작재산권 양도는 모든 사람에게 자신의 권리를 주장할 수 있는 대세적 권리로서 준물권의 권리 이전 효력을 가지는 것이다. 반면, 이용허락은 채권 행위로서 당사자 간에만 권리를 주장할 수 있는 대인적 효력만이 발생한다.

저작권 양도는 체결된 저작물의 저작재산권을 양도받는 것으로 그 권리가 양도인에게서 양수인에게로 이전된다. 즉, 제3자에게 양도 등록을 통하여 대항할 수 있고 양수인은 제3자의 저작권침해를 정지할 수 있는 정지청구권을 가진다. 하지만 저작물의 이용허락은 저작재산권자가 제3자에게 저작물의 이용을 허락하고 그 대가를 받는 것으로 저작권이 저작재산권자에게 유보된다. 따라서 이용허락의 경우 등록이나 이용권자의 정지청구권에 관한 법 규정이 없어 채권·채무자 사이의 계약 사항을 보호하고 준수할 때 어려움이 있을 수 있다.

저작재산권의 양도나 이용허락은 저작자가 아닌 제3자가 그 저작물을 이용할 수 있는 권리를 취득한다는 점에서 유사하다. 특히, 양도와 이용허락의 구별이 그 계약형태에 따라 명확하지 않을 수 있다. 예컨대, 저작재산권을 장소나 기간의 조건을 두어 분리양도한 경우는 이용권자만이 저작물을 일정 기간 동안 배타적으로 사용할 권리를 보장하는 독점적 이용허락과 동일한 효과를 가지고 올 수도 있어 둘을 구분하기가 어렵다. 이렇듯 불분명한 계약사항으로 인하여 분쟁이 일어날 수 있다.

법원은 계약내용이 불분명한 경우에는 거래 관행이나 당사자의 지식 행동 등을 종합하여 계약사항의 의미를 해석해야 한다고 판단하였다.¹³⁸⁾ 또한, 계약내용에 “양도 또는 이용허락 되었음” 등의 표현이 없어 그 계약이 저작권 양도계약인지 이용허락계약인지 명백하지 않을 경우에는 저작권자에게 권리가 유보된 것으로 추정해야 한다고 판시하였다.¹³⁹⁾ 즉, 저작권 계약 형태가 명확하지 않을 경우 저작권자에게 유리하게 해석하는 원칙을 두어 그 계약을 이용허락으로 판단해야 한다는 것이다. 이는 계약으로 체결한 저작재산권이 계약 상대방에게 이전되지 않으며 저작자에게 유보되었다고 보아야 한다는 것을 뜻한다. 이 판결은 계약의 형태와 내용이 불분명할 경우에 취할 수 있는 조치를 제시하고 있기는 하지만, 국내법이 저작권 계약의 형식이나 기준을 별도로 명시하지 않음에 따라 발생하는 문제점을 시사한다. 예컨대, 구두에서 서면 계약까지 그에 관한 당사자 간의 의사표시가 있었다면 계약으로 인정되며 해당 권리를 이전할 수 있기 때문에 구두 계약 등의 이유로 계약 사항이 불분명할 경우 이해관계 간의 의사표시가 있었다는 것을 입증하는 데에 어려움이 있을 수 있다. 또한, 저작권 양도 계약이었을 경우 입증이 어려워 저작권자에게 유리하게 해석하는 원칙으로 인하여 양수인이 자신의 정당한 권리를 주장할 수 없다는 문제점이 있다.

저작권 계약은 그 계약의 형태와 계약서 형식이 법적으로 규정되어 있지 않기 때문에 계약 내용의 해석에 대하여 분쟁이 일어날 경우 저작권자에게 유리하게 추정하여 정지청구권 등의 대항을 할 수 없다는 문제점을 가지고 있다. 미술관은 저작권을 양도 혹은 이용허락을 받는 양수인으로서 이 문제점과 밀접히 연관되어 있다. 그러므로 미술관은 소장품, 대여품, 커미션 워크에 대한 저작권 계약서에 체결한 협상 내용을 정확하게 문서로 남기는 것이 가장 안전할 것이다.

138) 대법원 1996. 7. 30. 선고 95다29130 판결.

139) 대법원 1996. 7. 30. 선고 95다29130 판결.

II. 저작권 계약서의 활용과 조항의 해석

계약은 둘 이상의 당사자 사이에 청약과 승낙이라는 의사표시를 필수 요소로 하는 법률행위이다. 즉 계약 체결 과정은 둘 이상의 당사자들이 서로 의사표시를 맞추어 합의점을 찾는 과정이고 계약은 그러한 협상과정을 통해 이룩해 낸 합치된 의사표시의 결과다.

저작권 계약서 유형으로는 저작재산권 전부에 대한 양도 계약서, 저작재산권 일부에 대한 양도 계약서, 저작재산권 독점적 이용허락 계약서, 저작재산권 비독점적 이용허락 계약서 등이 있다. 앞서 논했듯이 한국의 법은 일정한 계약 형식을 요구하지는 않지만, 계약서의 내용은 대체로 3가지 부문으로 구성된다. 제목, 계약 체결일 및 당사자, 본문이 그것이다.¹⁴⁰⁾

계약서 제목을 단지 “계약서”, “합의서” 등을 사용하거나 제목 자체를 생략해도 계약서의 법적 효력이 발생한다. 그러나 구체적으로 작성한 제목은 계약을 특정하거나 내용에 통일성을 기할 수 있다는 장점이 있다. 제목은 그 계약서의 정체성을 알려주는 기능을 하므로 계약서의 형태가 양도계약서인지 이용허락계약서인지 불확실할 경우 제목은 그 형태를 판단하는 데 도움이 되어 분쟁의 소지를 줄일 수 있을 것이다.

계약체결일은 계약서의 효력발생시기의 기준이 되는 일자를 표시하는 것이다. 계약서에 효력발생시기를 기재하지 않았다면 계약서의 체결일로 보는 것이 일반적이다. 이용허락이나 일부 특정 양도의 경우 저작권 이용 기간이 중요한 사항이 될 수 있기 때문에, 효력발생시기를 규정하는 것이 바람직하다. 당사자는 계약서의 구속을 받는 자로서 당사자를 특정하기 위한 사항을 기재한다. 당사자의 이름 외에도 주소, 생년월일(주민등록번호) 및 회사의 종류 등

140) 홍승기, 임상혁, 『알기쉬운 저작권 계약』(문화체육관광부, 2014), p. 40-41, 강은경, 『From Contract to Concert Hall』(이클라세, 2007), p. 94 (재인용).

을 기재하는 것이 통상적이다. 그러나 당사자를 쉽게 지칭하기 위해서 계약서의 본문에서는 ‘갑’과 ‘을’이라는 약어를 사용하는 것이 통상적이다.

계약당사자의 구체적 사정과 목적 등을 고려하여 계약이 체결되기 때문에, 모든 계약서의 구조와 항목이 통일될 수 없고 계약의 유형에 따라 본문의 내용이 달라진다. 일반적으로 저작권 표준계약서¹⁴¹⁾에 계약 당사자 간의 분쟁 소지를 줄이기 위하여 명시되어야 할 구성 항목은 1) 계약과 관련한 기본 내용, 2) 계약 당사자 간 권리와 의무사항, 3) 계약 위반에 따른 내용이 있다.

1. 계약과 관련한 기본 내용

계약과 관련한 기본 내용으로는 계약을 체결하는 목적과 계약기간, 계약의 대상, 계약금, 계약의 효력 발생일 등의 조항이 있다.

계약의 형태를 두고 분쟁이 발생할 경우 계약의 목적 조항은 계약서 제목과 함께 판단 기준이 될 수 있다. 그러므로 계약서 내에서 목적 조항을 기재해야 할 필요성이 강조된다.

계약의 대상 조항은 계약의 대상이 되는 저작물을 특정하고, 대상 저작물의 저작권 중 어떠한 권리를 양도 혹은 이용허락할 것인지 여부를 합의하는 조항이다. 해당 조항에서는 저작물의 제목, 저작자, 저작물의 종류와 어떠한 권리를 양도받을지를 기재한다. 저작자를 기입하는 이유는 저작물을 특정하는 데 도움이 될 뿐만 아니라 저작물의 보호기간을 확정하는 데 필요하기 때문이다.

계약의 기간 조항은 계약상의 대상이 되는 저작권 사용에 대한 효력발생과 소멸시기를 명시하는 조항이다. 계약 기간의 기산점은 본 계약의 체결일을 기준으로 할 수도 있고, 다른 날짜를 기준으로 할

141) 본 논문에서 논하는 저작권 표준계약서(저작권 양도·이용허락 계약서)는 문화체육관광부에서 제시한 계약서를 인용한 것이며 추후에 분석하는 계약서 조항도 해당 표준계약서의 내용에 의거한 것이다. 출처: http://www.mcst.go.kr/web/s_data/generalData/dataView.jsp?pMenuCD=0405050000&pSeq=10

수도 있다. 계약의 효력 발생일을 따로 규정하지 않는다면 계약 체결일이 계약서의 효력발생시기라고 해석되기 때문에 이를 명확히 기재할 필요가 있다.¹⁴²⁾ 양도의 경우 계약 기간을 영구적으로 혹은 한정적으로 정할 수 있다. 이용허락 계약의 경우도 동일하나, 이용허락 기간의 기산점은 이용료의 지급과 연동되어야 할 것이므로 저작물 이용료의 지급시기와 일치해야 할 것이다.

2. 계약 당사자 간 권리와 의무사항

앞서 언급했듯이 계약은 당사자 간의 청약과 승낙을 전제로 합의에 의해 체결되는 법률 행위로서 당사자 간의 권리와 의무를 명시하는 조항이 필수적일 것이다. 그 예로는 계약 당사자 간의 의무 조항, 비용의 부담 조항, 비밀 유지 조항, 그리고 계약의 해제 조항이 있다. 그러나 계약을 체결하기 전에 양도 혹은 이용허락을 받고자 하는 대상저작물이 법적으로 문제가 없다는 점 등을 확인하고 보증하는 확인 및 보증 조항이 우선적으로 필요하다.

계약 당사자의 의무 조항은 저작재산권 양도 계약서의 경우 양도인과 양수인이 계약을 체결함에 따라 발생하는 권리와 준수해야 할 의무를 나열한 조항이다. 이용허락 계약서의 경우 해당 조항은 권리자와 의무자 간의 권리와 의무를 규정하는 것이다. 권리와 의무의 예로는 저작재산권을 양도한다는 규정, 양도 시에 저작재산권에 대한 서류를 제공한다는 규정, 이용자가 이용허락을 받은 범위 내에서의 자유롭게 이용할 수 있다는 규정, 양도나 이용허락에 따른 비용을 지불한다는 규정 등이 있다.

비용의 부담 조항은 계약을 체결하는 과정에서 발생하는 비용을 어느 당사자가 얼마만큼 부담할 것인지에 대한 조항이다. 이러한 비용은 계약할 때에 필연적으로 발생하기 때문에, 각 당사자가 어떤 비율로 비용을 부담할지 명시하는 것이 좋다.

142) 홍승기, 임상혁(주 141), p. 68, 강은경, 『From Contract to Concertal』 (이클라세, 2007), pp. 87-88 (재인용).

비밀유지 조항은 모든 계약을 체결할 때 통상적으로 부과되는 의무로 개인정보보호법에 의하여 당사자의 개인정보를 보호하기 위하여 필수적으로 계약서에 포함되어야 할 것이다. 저작권 계약의 경우에는 특수하게 당사자 모두 대상저작물에 대한 비밀을 유지하는 조항을 추가할 수 있다. 대상저작물이 미공표일 경우 저작권권 중 공표권 침해가 성립할 수 있기 때문이다.

나아가 당사자 사이에 합의한 내용이 이행되지 못할 경우에 대비하여 별도의 조항을 작성하는 것이 옳바르다. 계약의 해제 조항은 계약을 체결한 후에 상대방이 채무를 지체하거나 이행하지 못한 경우에 당사자가 계약을 종료시킬 수 있는 조항이다. 또한 천재지변 등과 같이 당사자의 책임이 없는 불가항력한 이유로 채무를 이행하지 못하는 경우에도 계약을 해제시킬 수 있도록 허락하는 규정이기도 하다. 해당 부분에는 계약상 채무를 이행하지 않은 당사자에게 손해배상 책임을 부과할 수 있다는 손해배상 조항 또한 별도로 포함시킬 수도 있다.

3. 계약 위반에 따른 내용

계약 조항을 위반할 경우에 그에 따른 조치 또한 합의하여 계약서에 명시하는 것이 추후의 분쟁을 대비하고 순조롭게 해결해나가는 데 도움이 될 것이다. 따라서 계약서에 분쟁해결, 계약 내용의 변경, 계약의 해석 및 보완, 손해배상 조항 등을 포함하는 것을 권고한다.

분쟁해결 조항은 분쟁이 발생할 시에 분쟁 해결 방식을 명시한다. 법원의 재판, 한국저작권위원회의 처리와 같은 재판 이외의 해결 방식¹⁴³⁾ 등 여러 방식 중에 어떤 것을 택할지 당사자 간 합의하여 작성해야 할 것이다. 나아가 계약을 해석할 시에 계약법의 일반원

143) 근래에 들어 그 중요성이 부각되고 있는 ADR(Alternative Dispute Resolution)은 대체 분쟁해결 방식 대안적 분쟁해결 방식 등으로 번역되며, 판결이 아닌 조정, 알선, 화해 중재 등의 방식으로 당사자가 중심이 되어 분쟁을 종결하는 방식이다. 홍승기, 임상혁(주 141), p. 65.

칙이 적용되는 점을 인식하여 민법과 저작권법을 준용한다는 원칙을 포함할 것이다.

현대 기술과 문화의 영역이 지속적으로 넓어짐에 따라서 저작권법의 범위 또한 확장하고 변화하고 있다. 따라서 계약이 체결된 후 당사자가 예상하지 못한 계약 대상저작물의 이용방식이 발생할 수 있다. 또한 당사자의 사정변경이 생겨 부득이하게 계약의 내용을 변경할 경우도 발생할 수 있다. 때문에 계약 내용의 변경과 계약의 해석 및 보완 조항은 예상치 못한 변수로 인하여 계약의 내용을 조정해야 하는 등의 경우에 어떤 방식으로 변경할 수 있는지를 규정한다.

제5장 결론

본 연구는 미술관이 일반 공중에게 문화 습득의 기회를 제공하여 창의적 역량을 키울 수 있다는 점에서 출발하여 그 기회를 직접적으로 제공하는 미술 전시를 기획하고 운영하는 과정에서 전시 기획자가 봉착할 수 있는 여러 저작권법 쟁점을 살펴보았다. 첫 번째로 논의한 문제점은 현행 한국 저작권법상 ‘전시’의 정의 규정이 없기 때문에 해당 용어가 언급되는 공표 관련 규정과 전시권에 관한 규정을 토대로 전시의 객체, 대상, 장소와 방법을 간접적으로 제시하고 있다는 것이었다. 조항에 따르면 공표권은 전시의 대상을 공중으로 설정하고 공중에게 저작물을 공개하는 방식이라 정의하고 있다. 전시권은 전시의 객체를 미술저작물, 사진저작물 및 건축저작물로 제한하고, 전시의 장소를 공중의 출입이 자유로운 곳으로 설정한다. 법원과 학설은 이러한 관련 규정을 토대로 ‘전시’를 이해하여 시각적 요소가 가미되며 미적 가치가 있는 저작물인 미술저작물, 사진저작물 및 건축저작물의 원본이나 복제물을 공중의 출입이 가능한 장소에서 공개하는 행위로 해석하였다. 그러나 ‘공중의 출입이 가능한 장소’의 범위에 실내의 장소 또한 포함할 수 있는지의 여부를 두고 둘의 입장은 상반된 의견을 나타낸다는 것을 파악하였다. 법원은 옥내의 장소까지 ‘공중의 출입이 가능한 장소’에 포함한다면 저작권법 제35조 제1항에 의하여 저작재산권자의 권리 제한이 상당하다고 판시하였다. 반면, 법원의 판단에 반대하는 학계의 견해는 개인의 사유지나 유료로 운영되는 옥외의 공간은 일정 제한이 있으나 공중에게 개방된 장소에 포함시킨다는 점을 비추어 볼 때 미술관, 병원, 호텔 로비 등 공중의 출입을 전제로 한 실내 공간 또한 ‘공중의 출입이 가능한 장소’로 보아야 한다고 주장한다.

미술관 내부의 전시 공간이 아닌 비전통적인 전시의 장소까지 확장하는 현재의 미술관 전시기획에서는 법률상 불명확하고 통일되지

않은 전시 장소의 범위가 특히 큰 문제로 생각되었다. 때문에 비전통적인 전시 장소 중 야외 전시와 인터넷 전시를 기획할 경우 봉착할 수 있는 문제점을 중점적으로 분석해보았다.

야외 전시 공간 중 특히 미술관 내의 야외 부지가 ‘공중의 출입이 가능한 장소’에 포함되는지의 여부가 중요하다고 판단하였다. 해당 공간은 미술관의 부지 안에 속해 있으며 개장시간과 입장료 등의 제약이 있어 출입이 완전히 자유롭지 않은 반공개적 장소이다. 그러나 반공개적 장소라도 요금만 내면 제한 없이 이용할 수 있으며 공중의 출입을 전제로 운영된다는 점, 그리고 미국 저작권법은 이러한 반공개적 장소라도 전시권의 적용 대상으로 보고 있다는 점을 종합해 볼 때 해당 야외 부지를 ‘공중의 출입이 가능한 장소’로 인정할 수 있다고 판단되었다. 나아가 이러한 공간은 흔히 야외 조각 공원 등의 명칭을 사용하며 언제든지 이용할 수 있도록 상설 전시로 기획되는 경우가 많다. 전시에 참여하는 미술 작품들은 지속적으로 전시할 목적으로 설치되기는 하지만 상황에 따라 교체가 되는 경우 역시 잦다. 따라서 야외 조각 공원에 설치되는 작품들은 교체의 가능성이 있으므로 저작권법 제35조 제3항의 또 다른 적용 요건인 항시 전시에 부합할 수 있을지는 때에 따라 파악해야 한다는 결론을 도출하였다. 더불어 만약 해당 요건이 성립된다면 작품의 소유자가 아닌 저작재산자로부터 전시에 대한 동의를 얻어야 한다고 파악하였다.

인터넷 전시의 경우 미술저작물의 복제물을 모니터에 현시하여 공중이 인터넷상에서 감상하도록 하는 것이기 때문에 원본을 그대로 진열하여 공개하는 일반적인 전시의 연장선상에서 바라보아야 하며 전시 행위의 일종으로 인정해야 한다는 학계의 견해가 있다. 반면, 인터넷에 저작물을 게시하는 것은 전송에 해당되는 것으로 인터넷 전시를 전시권보다 전송권의 범위에서 분석해야 한다는 의견도 있다. 필자는 인터넷이라는 송신을 사용한다는 점에서 후자의 주장에 동의하였다. 따라서 인터넷 전시란 모니터를 통하여 저작물을 공개

하고 향유할 수 있도록 제공하는 것이지만 일차적으로는 인터넷 송신을 활용하는 것이기 때문에 전시보다는 전송 행위로 보는 것이 타당하다고 판단하였다.

더 나아가 본 논문에서는 전시 장소 이외에도 전시를 홍보하고 운영하는 과정에서 전시 기획자가 염두 해야 할 저작권 내용을 분석하였다. 미술저작물의 이미지가 수록된 관람객용 안내 인쇄물과 도록을 제작하고 배포하는 행위와 전시를 홍보하기 위하여 미술저작물의 이미지 파일을 인터넷에 게시하는 행위가 미술저작물 등의 복제권 제한 규정¹⁴⁴⁾의 범위 대상으로 인정되는지가 문제로 나타났다. 안내용 인쇄물과 도록에 수록하기 위하여 전시 참여 저작물을 촬영하는 것은 복제 행위이지만 판매 혹은 전시를 위하여 해당 저작물을 소개하거나 해설하려는 목적이라면 위의 규정에 의하여 허용된다고 보았다. 나아가 작품 이미지를 수록하여 인쇄물로 제작하고 배포하는 것 역시 같은 조항에 의하여 인정된다고 이해하였다. 다만, 전시 도록의 경우 수록되는 이미지의 해상도가 호화판 복제화에 가까운 경우가 많기 때문에 이를 단순히 안내를 목적으로 제작되었다고 보기는 어려울 것이라는 결론을 내렸다. 따라서 미술관이 화집에 가까운 전시 도록을 제작하고 배포할 경우에는 저작권자의 복제권이 제한되지 않을 가능성이 크며 해당 이용 방법에 대하여는 별도의 동의를 구해야 할 것으로 보여 진다. 나아가 미술관의 홈페이지나 SNS 계정에 참여 작품의 이미지를 게시하는 행위는 앞서 논한 인터넷 전시와 마찬가지로 전송에 해당하는 이용방법이므로 이에 관하여 저작권자의 허락이 일정한 경우에 요구된다고 생각되었다.

전시 기획자는 책임자로서 자신이 저작물을 이용하는 여러 방법뿐만 아니라 전시가 운영되는 과정에서 내방하는 관람객의 저작물 이용 방식에도 주의를 기울여야 한다. 이는 특히 스마트폰의 등장과 SNS의 활성화로 인하여 관람객이 직접 전시장을 촬영한 사진을 사

144) 저작권법 제35조 제3항

용하는 많은 방식이 저작물의 사적 이용으로 인정되지 않고 미술저작물의 불법 복제와 전송에 해당할 위험이 높아졌기 때문이다. 미술저작물을 사진 촬영하는 것은 일차적으로는 복제 행위이다. 나아가 SNS라는 광범위하고 전파력이 상당한 가상공간에 미술저작물이 포함된 사진 이미지를 게시하는 것은 전송 행위에 해당한다. 따라서 관람객의 사진 촬영으로 인한 저작물의 복제와 그들에 의하여 인터넷에 전송되는 행위에 대하여 사전에 참여 작가와 협의되지 않았다면 작가의 복제권과 공중송신권을 침해하는 것으로 판단되었다. 이를 통해 전시를 기획하는 과정에서 전시 기획자가 이러한 관람객의 저작물 사용 방식과 현황을 고려하여 작가와 사전에 상의해야 한다는 것 또한 확인할 수 있었다.

마지막으로 전시를 위하여 체결하는 저작권 계약에서 나타나는 저작권법 쟁점을 살펴보았다. 미술저작물의 경우 그 특성상 원본의 가치가 상당하고 유통 방식이 원본을 중심으로 이루어진다는 점에서 저작권법은 미술저작물의 소유자와 저작권자의 권리관계를 조율하기 위하여 저작권법 제35조 제1항에 전시권 제한 규정을 두었다. 해당 규정은 미술저작물의 소유자나 소유자의 허락을 받은 자는 저작재산권자의 동의 없이 미술저작물을 전시할 수 있도록 한다. 이에 따라 미술관 전시 기획자는 전시에 참여하는 작품을 전시할 경우 저작재산권자의 허락을 구할 필요가 없게 된다. 그러나 전시기획에서 미술 작품을 이용하는 방식이 전시에만 국한되어 있지 않으며, 복제, 배포, 전송 등의 다양한 방식으로 이용되므로 이에 관해서는 저작재산권자와 계약을 체결해야 한다는 것을 이해하였다.

더불어 저작권 계약의 종류인 양도계약과 이용허락계약을 고찰하였다. 이를 통해 국내법은 계약서의 형태를 요하지 않으므로 구두에서 서면 계약까지 당사자 간의 합의가 일치했다는 증명할 수 있다면 계약으로 인정하고 있고, 계약의 형태가 양도계약인지 이용허락계약인지 불명확할 경우 저작권자의 권리를 우선시하여 이용허락계약으로 보고 있다는 점을 파악하였다. 나아가 전시 기획자는 계약의

형태를 두고 분쟁이 일어날 경우를 대비하여 최대한 상세한 계약서의 제목을 기재해야 한다는 결론에 이르렀다. 마지막으로 분쟁의 소지를 줄이기 위하여 포함시켜야 할 중요한 관련 조항을 살펴보며 연구를 마무리하였다.

본 논문은 미술관이 전시를 기획하고 운영하는 과정에서 발생할 수 있는 저작권법 쟁점을 이론적으로 접근하여 고찰해보았다. 따라서 전시 기획자에게 실무적으로 유용하게 쓰일 저작권법의 기초 지식을 제공한다는 점에서 의의가 있겠다. 전시 기획자의 입장에서 본 연구의 저작권법 해석은 업무상 많은 제약을 주었다고 보일 수 있다. 그러나 전시는 전시 기획자와 저작권자 사이뿐만 아니라 공중이라는 소비자와의 이해관계도 얽혀 있는 다층적인 행사이다. 따라서 전시 기획자는 공중이 미술을 합법적으로 향유할 수 있는 환경을 최대한 제공해야 하는 의무가 있다고 판단하였다. 이러한 시각에서 본 연구는 전시를 기획하고 운영하면서 법적 분쟁이 예상되어 주의해야 할 부분들을 제안하였기 때문에 저작권법의 소비자 친화적인 해석을 도출했다는 점에서 가치가 높다고 생각된다. 따라서 본 연구를 통해 전시 기획자로부터 건전한 저작물 이용을 도모하고 보다 전문적인 전시기획 문화를 생성하여 사회 전반에 걸친 문화예술의 향상 발전으로 이어지길 기대한다. 나아가 본 연구는 전시 기획자가 대면할 수 있는 법적 논쟁을 제기하고 실무상의 주의사항을 전달하여 분쟁을 예방하는 것에 집중하였다. 때문에 법적 논쟁이 일어났을 경우 구체적으로 어떠한 구제 및 해결 방법을 택해야 할지에 대해서는 논의하지 않았다는 한계점을 가지고 있다. 그러므로 이에 관한 연구는 추후에 이루어져야 할 것으로 보여 진다.

참 고 문 헌

[국내단행본]

- 김상태, 『큐레이터를 위한 박물관 소장품의 수집과 관리』, 예경, 2012,
- 김정술, 「저작권과 저작인접권의 내용」, 『지적재산권에 관한 제문제(下)』, 법원행정처, 1992.
- 박성호, 『저작권법』, 박영사, 2014.
- 오승중, 『저작권법』, 박영사, 2013.
- , 『저작권법』, 박영사, 2016.
- 윤병화, 『학예사를 위한 박물관학』, 예문사, 2016.
- 윤경, 『저작권법』, 육법사, 2005.
- 용호성, 『예술경영』, 예경, 2014.
- 이규홍, 김기영, 장현진, 김병국, 『저작권과 침해』, 육법사, 2014.
- 이영진, 석대권, 구자봉, 『박물관 전시의 이해』, 학문사, 2000.
- 이해완, 『저작권법』, 박영사, 2015.
- 일본전시학회, 『전시학사전 展示學事典』(1996), 안용식 옮김, 책보출판사, 2009.
- 임원선, 『실무자를 위한 저작권법』, 한국저작권위원회, 2014.
- 송영식, 이상정, 『저작권법 개설(제8판)』, 세창출판사, 2012.
- 장인숙, 『저작권법원론』, 보진재, 1996.
- 정상조, 『저작권법 주해』, 박영사, 2007.
- 정상조, 박준석, 『지식재산권법』, 홍문사, 2013.
- 캐서린 김, 『예술법』, 학고재, 2013.
- 하동철, 『디지털시대의 음악공연권 해설』, 커뮤니케이션 북스, 2011.
- 허희성, 『2007 신저작권법 축조개설 (상)』, 명문프리컴, 2007.
- 홍승기, 임상혁, 『알기쉬운 저작권 계약』, 문화체육관광부, 2014.

George Ellis Burcaw, 『큐레이터를 위한 박물관학 Introduction to Museum Work』 (1997), 양지연 옮김, 김영사, 2001.

[해외단행본]

Louisa Buck and Daniel McClean, *Commissioning Contemporary Art: A Handbook for Curators, Collectors, and Artists*, Thames & Hudson, London, 2013.

United States Copyright Office, *Compendium of Copyright Practices: Chapter 900*, 2014.

[국내논문]

계승균, 「저작권법상 권리소진이론」, 『창작과 권리』, 제33권 (2003), 세창출판사. pp. 69-106.

——, 「저작권법상 소유권을 의식한 조항에 관한 일 고찰」, 『정보법학』, 제14권 제3호(2010), 한국정보법학회, pp. 1-23.

김인혜, 「전시기획의 실제 : 《덕수궁 프로젝트》전을 중심으로」, 『국립현대미술관연구논문』, 제 4집(2012), 국립현대미술관, pp. 176-189.

김형렬, 「저작권법상의 전시권 관련 규정의 문제점과 개선방안」, 『정보법학』, 제 18 권 제 3 호(2014), 한국정보법학회, pp. 145-190.

노천숙, 구천을, 「저작권재산권 양도와 저작물 이용허락의 비교 고찰」, 『강원법학』, 제 48 호(2016), 강원대학교 비교법학연구소, pp. 243-273.

문형욱, 이영아, 「‘전시’의 역사적 발전과 전시학의 가능성 - 전시의 개념 정의와 전시 유형 구분을 중심으로」, 『한국과학예술포럼』, 제 4 집(2008), 한국전시산업융합연구원, pp. 101-118.

박성민, 「SNS상의 저작권침해 유형과 경미한 저작권침해에 대한

- 형법의 자제」, 『형사법연구』, 제26권 3호(2014), 한국형사법학회, pp. 149-177,
- 이상정, 「전시와 관련된 저작권법상의 쟁점에 관한 일고」, 『IT와 법 연구』, 제 6 집(2012), 경북대학교 IT와 법 연구소, pp. 35-63.
- , 「사진의 저작물성에 관한 일고」, 『계간저작권』, 제 100 호(2014), 한국저작권위원회, pp.77-109.
- 이준형, 「미술저작물에 있어서 저작권과 소유권의 충돌」, 『스포츠와 법』, 제10권 제3호(2007), 한국스포츠엔터테인먼트법학회, pp. 127-154.
- 서순복, 「문화의 민주화와 문화민주주의의 정책적 함의」, 『한국 지방자치연구』, 제 8 권 제 3 호(2007), 대한지방자치학회, pp. 23-44.
- 장연이, 김희권, 「소셜미디어에서의 사진저작물 스크랩에 관한 법률문제」, 『한국콘텐츠학회 논문지』, 제 11 권 제 10 호(2011), 한국콘텐츠학회, pp. 242-256.
- 최상필, 「카탈로그 사진의 제공을 통한 저작권 침해 - 서울중앙지법 2008.10.17 선고2008가합21261판결을 참조하여」, 『상사 판례연구』, 제 22 권 제 2 호(2009), 한국상사판례학회, pp. 377-405.
- 최수진, 「SNS상 사진저작물에 대한 검토」, 『창작과 권리』, 제 87 호(2017), 세창출판사, pp. 86-116.
- 최진원, 「미술 저작물의 전시와 파노라마의 자유 - 오크 라운지사건(서울중앙 지방법원 2007. 5. 17. 선고 2006 가합 104292 판결)을 중심으로」, 『정보법학』, 제 12 권 제 1 호(2011), 한국정보법학회, pp. 1-24.
- 하동철, 「전시권의 문제점과 개정방향에 관한 고찰」, 『계간저작권』, 제22권 제2호(2009), 한국저작권위원회, pp. 105-121.
- 허희성, 「경매를 위한 미술저작물의 홈페이지 게시와 공중송신권

침해」, 『저작권 문화』, 제173호(2009) 한국저작권위원회, pp. 28-29.

[해외논문]

Petri, Grischka, “The Public Domain vs. the Museum : The Limits of Copyright and Reproductions of Two-Dimensional Works of Art”, *Journal of Conservation and Museum Studies*, 12:1(2014), pp. 1-12.

Reese, Anthony R., “The Public Display Right: The Copyright Act’s Neglected Solution to the Controversy over RAM Copies,” *University of Illinois Law Review*, 2001:1(2001), pp. 83-150.

Crews, Kenneth D., “Museum Policies and Art Images: Conflicting Objectives and Copyright Overreaching,” *Fordham Intellectual Property Media & Entertainment Law Journal*, 22(2012), p. 795-927.

[국내학위논문]

박혜진, 「Practice of Commissioning Contemporary Art by Tate and Artangel in London」, 석사학위논문, 서울대학교, 2012.

이일호, 「저작권법상 전시권의 실효성 확보방안에 관한 비교법적 연구」, 석사학위논문, 연세대학교, 2007.

정윤정, 「미술저작권에 관한 연구 - 쟁점별 사례분석과 미술기획을 중심으로」, 석사학위논문, 홍익대학교, 2007.

송송이, 「SNS상에서의 미술저작권 침해 방지 방안에 관한 연구」, 석사학위논문, 경희대학교, 2017.

[국내 판례]

대법원 1995. 11. 14. 선고 94도2238 판결.
대법원 1996. 3. 22. 선고 95도1288 판결.
대법원 1996. 7. 30. 선고 95다29130 판결.
대법원 2001. 5. 8. 선고 98다43366 판결.
대법원 2007. 12. 14. 선고 2005도872 판결
대법원 2010. 3. 11. 선고 2009다4343 판결.
대법원 2010. 3. 11. 선고 2009다5643 판결.
대법원 2010. 9. 9. 선고 2010도4468 판결.
서울지방법원 2001. 9. 21. 선고 2009가합29185 판결.
서울지방법원 2002. 3. 27. 선고 2001가합3917 판결.
서울중앙지방법원 2004. 11. 11. 선고 2003나51230 판결.
서울중앙지방법원 2005. 1. 12. 선고 2003노4296 판결.
서울중앙지방법원 2007. 5. 17. 선고 2006가합104292 판결.
서울중앙지방법원 2008. 10. 17. 선고 2008가합21261 판결.
서울중앙지방법원 2014. 3. 27. 선고 2013가합527718 판결.
서울고등법원 2007. 10. 10. 자 2006라1245 판결.

[해외 판례]

Bagadadi v. Nazar, 84 F.3d 1194, 1199 (9th Cir. 1996)

[기타 국내 자료]

서정윤, 「[영상] 2030 마음을 사로잡은 ‘대림미술관의 비밀’」,
『오마이뉴스』, 2017.4.4.; 출처:
http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002313174, 2017.9.15.

[인터넷 자료]

국립현대미술관 www.mmca.go.kr/

문화체육관광부

www.mcst.go.kr/

아모레퍼시픽미술관

museum.amorepacific.co.kr/

저작재산권 전부에 대한 양도 계약서¹⁴⁵⁾

저작자 및 저작권 양도인 _____(이하 “양도인이라 함)과 저작권 양수인 _____(이하 “양수인”이라 함)은 아래 저작물 _____에 관한 저작재산권(이하 “저작재산권”이라 함)과 관련하여 다음과 같이 계약을 체결한다.

다 음

제1조 (계약의 목적)

본 계약은 저작재산권 이전과 관련하여 양도인과 양수인 사이의 권리관계를 명확히 하는 것을 목적으로 한다.

제2조 (계약의 대상)

본 계약의 대상이 되는 권리는 아래의 저작물(이하 “대상저작물”)에 대한 저작재산권으로 한다.

제목(제호) :

저작자 :

종별 : ☐ 어문저작물, ☐ 음악저작물, ☐ 연극저작물, ☐ 미술저작물,
☐ 건축저작물, ☐ 사진저작물, ☐ 영상저작물, ☐ 도형저작물,
☐ 컴퓨터프로그램저작물, ☐ 기타()

권리: 저작재산권 전부

☐ 복제권, 공연권, 공중송신권(방송권, 전송권, 디지털 음성송신권),
전시권, 배포권, 대여권

제3조 (저작재산권 양도범위)

- (1) 본 계약에 의한 저작재산권 양도 범위는 제2조에서 정한 복제권 등 저작재산권 일체를 의미한다.
- (2) 제1항에도 불구하고, 저작재산권 중 2차적저작물 작성권은 양도되지 않은 것으로 본다. 다만, 2차적저작물작성권을 양도할 경우 양도인과 양수인은 제14조에 따라 별도로 정한다.

145) 본 계약서는 문화체육관광부에서 마련한 저작권 표준계약서 4종 중 저작재산권 전부에 대한 양도 계약서를 인용 한 것이다. 출처:
http://www.mcst.go.kr/web/s_data/generalData/dataView.jsp?pMenuCD=0405050000&pSeq=10

제4조 (양도 기간)

대상저작물에 대한 권리 양도 기간은 _____년 ____월 ____일부터 _____년 ____월 ____일까지로 한다.

제5조 (양도인의 의무)

- (1) 양도인은 양수인에게 제3조에 의한 대상저작물의 저작재산권을 양도한다.
- (2) 양도인은 양수인에게 _____년 ____월 ____일까지 저작재산권 이전에 필요한 일체의 서류를 제공한다. 만일, 대상저작물이 한국저작권위원회에 등록되어 있지 않은 경우, 양수인이 요청하면 양도인은 대상저작물의 저작재산권 을 등록한 후 위 의무를 이행한다.
- (3) 양도인은 대상 저작물의 저작재산권 양도 이후, 대상저작물의 제호 및 내용 의 전부 또는 일부와 동일한 저작물을 제3자에게 양도하거나, 질권을 설정, 대상 저작물의 이용허락을 위한 설정계약 등을 하여서는 아니 된다.

제6조 (양수인의 의무)

- (1) 양도비용은 다음 중 적합한 방식으로 상호 합의하여 결정할 수 있다.

지급방식	정액	일시금 분할	_____원
		정기지급	(예 : 월) _____원
	정률	매출액 매출이익	_____%
	기타		

지급시기	일시금	_____년 ____월 ____일
	분할	- 1차 :
		- 2차 :
		- 3차 :
	정기지급	□ 월 :
		□ 분기 :
		□ 년 :
	□ 기타	

- (2) 양수인은 저작자의 저작인격권을 침해하지 아니한다. 다만, 대상저작물의 본질적인 내용을 변경하지 않는 범위 내에서의 사소한 수정 및 편집은 가능하다.

제7조 (확인 및 보증)

양도인은 양수인에게 다음 각 호의 사항을 확인하고 보증한다.

1. 대상저작물의 저작권양도계약을 체결하는데 필요한 권리 및 권한을 적법하게 보유하고 있다는 것

2. 대상 저작물의 내용이 제3자의 저작권, 인격권, 상표권을 비롯한 일체의 사적 권리를 침해하지 아니한다는 것
3. 본 계약을 체결하기 전 대상저작물의 제호 및 내용의 전부 또는 일부와 동일 또는 유사한 저작물을 제3자에게 양도하거나, 질권을 설정했다는 사실이 없다는 것
4. 대상저작물의 이용허락을 위한 설정계약의 유무

제8조 (계약내용의 변경)

본 계약 내용 중 일부를 변경할 필요가 있는 경우에는 양도인과 양수인의 서면합의에 의하여 변경할 수 있으며, 그 서면합의에서 달리 정함이 없는 한, 변경된 사항은 그 다음날부터 효력을 가진다.

제9조 (계약의 해제)

- (1) 당사자는 천재지변 또는 기타 불가항력으로 계약을 유지할 수 없는 경우에 본 계약을 해제할 수 있다.
- (2) 당사자는 상대방이 정당한 이유 없이 본 계약을 위반하는 경우에 상당한 기간을 정하여 상대방에게 그 시정을 촉구하고, 상대방이 그 기간이 지나도 록 이행하지 아니하는 경우에는 계약을 해제할 수 있다. 다만, 상대방이 명백한 시정 거부사실을 표시하였거나 위반 사항의 성격상 시정이 불가능하다는 것이 명백히 인정되는 경우에는 위와 같은 촉구 없이 계약을 해제할 수 있다.
- (3) 본 계약에 대한 해제권의 행사는 상대방에 대한 손해배상청구권 행사에 영향을 미치지 아니한다.

제10조 (손해배상)

당사자가 정당한 이유 없이 본 계약을 위반하는 경우, 그로 인하여 상대방에게 발생한 모든 손해를 배상할 책임이 있다. 다만, 제9조 제1항의 사유로 본 계약을 이행하지 못한 경우에는 손해배상책임을 면한다.

제11조 (비용의 부담)

계약 체결에 따른 비용은 당사자가 동등하게 부담한다.

제12조 (분쟁해결)

- (1) 본 계약에서 발생하는 모든 분쟁은 양도인과 양수인이 상호 원만한 합의에 이르도록 노력하여야 하며, 분쟁이 원만히 해결되지 않는 경우에는 소제기에 앞서 한국저작권위원회에 조정을 신청할 수 있다.
- (2) 제1항에 따라 해결되지 아니할 때에는 대한민국의 민사소송법 등에 따른 관할

법원에서의 소송에 의해 해결토록 한다.

제13조 (비밀유지)

양 당사자는 본 계약의 체결 및 이행과정에서 알게 된 상대방에 관한 정보, 본 계약의 내용 및 대상저작물의 내용을, 상대방의 서면에 의한 승낙 없이 제3자에게 공개하여서는 아니 된다.

제14조 (기타부속합의)

- (1) 양도인과 양수인은 본 계약의 내용을 보충하거나, 이 계약에서 정하지 아니 한 사항을 규정하기 위하여 부속합의서를 작성할 수 있다.
- (2) 제1항에 따른 부속 합의는 본 계약의 내용과 배치되거나 위반하지 않는 범위 내에서 유효하다.

제15조 (계약의 해석 및 보완)

본 계약서에서 명시되어 있지 아니하거나 해석상 이견이 있을 경우에는 저작권법, 민법 등을 준용하고 사회 통념과 조리에 맞게 해결한다.

제16조 (계약 효력 발생일)

본 계약의 효력은 계약 체결일로부터 발생한다. _____년 ____월 ____일

양도인 :

성명(인)

주민등록번호

주소

양수인 :

성명(인)

주민등록번호

주소

저작재산권 일부에 대한 양도 계약서¹⁴⁶⁾

저작자 및 저작권 양도인 _____(이하 “양도인”이라 함)과 저작권 양수인 _____(이하 “양수인”이라 함)은 아래 저작물 _____에 관한 저작재산권(이하 “저작재산권”이라 함)과 관련하여 다음과 같이 계약을 체결한다.

다 음

제1조 (계약의 목적)

본 계약은 저작재산권 이전과 관련하여 양도인과 양수인 사이의 권리관계를 명확히 하는 것을 목적으로 한다.

제2조 (계약의 대상)

본 계약의 대상이 되는 권리는 아래의 저작물(이하 “대상저작물”)에 대한 저작재산권으로 한다.

제목(제호) :

저작자 :

종별 : ☐ 어문저작물, ☐ 음악저작물, ☐ 연극저작물, ☐ 미술저작물,
☐ 건축저작물, ☐ 사진저작물, ☐ 영상저작물, ☐ 도형저작물,
☐ 컴퓨터프로그램저작물, ☐ 기타()

권리 : ☐ 복제권, ☐ 공연권, ☐ 공중송신권(☐ 방송권, ☐ 전송권,
☐ 디지털음성송신권), ☐ 전시권, ☐ 배포권, ☐ 대여권,
☐ 2차적저작물작성권

제3조 (저작재산권 양도범위)

본 계약에 의한 대상저작물의 저작재산권 양도 범위는 제2조에서 당사자가 합의한 범위 내의 저작재산권으로 본다.

- (1) 원저작물을 번역·편곡·변형·각색·영상제작 그 밖의 방법으로 작성한 창작물을 말한다. 예컨대, 영어로 된 책을 한국어로 번역하거나 소설을 영화화한 것이 대표적인 2차적저작물에 해당한다.

146) 본 계약서는 문화체육관광부에서 마련한 저작권 표준계약서 4종 중 저작재산권 일부에 대한 양도 계약서를 인용 한 것이다. 출처: http://www.mcst.go.kr/web/s_data/generalData/dataView.jsp?pMenuCD=0405050000&pSeq=10

지급방식	정액	일시금 분할	_____원
		정기지급	(예 : 월) _____원
	정률	매출액 매출이익	_____%
	기타		

지급시기	일시금	_____년 _____월 _____일
	분할	- 1차 :
		- 2차 :
		- 3차 :
	정기지급	□ 월 :
		□ 분기 :
		□ 년 :
	□ 기타	

(2) 양수인은 저작자의 저작인격권을 침해하지 아니한다. 다만, 대상저작물의 본질적인 내용을 변경하지 않는 범위 내에서의 사소한 수정 및 편집은 가능 하다.

제4조 (양도 기간)

대상저작물에 대한 권리 양도 기간은 _____년 _____월 _____일부터 _____년 _____월 _____일까지로 한다.

제5조 (양도인의 의무)

- (1) 양도인은 양수인에게 제2조에 의한 대상저작물의 저작재산권을 양도한다.
- (2) 양도인은 양수인에게 _____년 _____월 _____일까지 저작재산권 이전절차에 필요 한 일체의 서류를 제공한다. 만일, 대상저작물이 한국저작권위원회에 등록 되어 있지 않은 경우, 양수인이 요청하면 양도인은 대상저작물의 저작재산 권을 등록한 후 위 의무를 이행한다.
- (3) 양도인은 양수인에게 대상저작물의 저작재산권 중 제3자에게 양도된 권리, 이 용허락된 권리, 제3자의 질권 등이 존재하는 경우, 그 사실을 사전에 알려야한 다.

제6조 (양수인의 의무)

- (1) 양도비용은 다음 중 적합한 방식으로 상호 합의하여 결정할 수 있다.
- (2) 양수인은 저작자의 저작인격권을 침해하지 아니한다. 다만, 대상저작물의 본질적인 내용을 변경하지 않는 범위 내에서의 사소한 수정 및 편집은 가능하다.

제7조 (확인 및 보증)

양도인은 양수인에게 다음 각 호의 사항을 확인하고 보증한다.

1. 대상저작물의 저작권양도계약을 체결하는데 필요한 권리 및 권한을 적법하게 보유하고 있다는 것
2. 대상 저작물의 내용이 제3자의 저작권, 인격권, 상표권을 비롯한 일체의 사적 권리를 침해하지 아니한다는 것
3. 대상저작물에 대하여 양수인에게 사전에 알린 제3자의 권리 외에는 양수인의 권리를 제한할 수 있는 부담이 더 이상 존재하지 아니한다는 것

제8조 (계약내용의 변경)

본 계약 내용 중 일부를 변경할 필요가 있는 경우에는 양도인과 양수인의 서면합의에 의하여 변경할 수 있으며, 그 서면합의에서 달리 정함이 없는 한, 변경된 사항은 그 다음날부터 효력을 가진다.

제9조 (계약의 해제)

- (1) 당사자는 천재지변 또는 기타 불가항력으로 계약을 유지할 수 없는 경우에 본 계약을 해제할 수 있다.
- (2) 당사자는 상대방이 정당한 이유 없이 본 계약을 위반하는 경우에 상당한 기간을 정하여 상대방에게 그 시정을 촉구하고, 상대방이 그 기간이 지나도 록 이행하지 아니하는 경우에는 계약을 해제할 수 있다. 다만, 상대방이 명백한 시정 거부 의사 표시하였거나 위반 사항의 성격상 시정이 불가능하다는 것이 명백히 인정되는 경우에는 위와 같은 촉구 없이 계약을 해제할 수 있다.
- (3) 본 계약에 대한 해제권의 행사는 상대방에 대한 손해배상청구권 행사에 영향을 미치지 아니한다.

제10조 (손해배상)

당사자가 정당한 이유 없이 본 계약을 위반하는 경우, 그로 인하여 상대방에게 발생한 모든 손해를 배상할 책임이 있다. 다만, 제9조 제1항의 사유로 본 계약을 이행하지 못한 경우에는 손해배상책임을 면한다.

제11조 (비용의 부담)

계약 체결에 따른 비용은 당사자가 동등하게 부담한다.

제12조 (분쟁해결)

- (1) 본 계약에서 발생하는 모든 분쟁은 양도인과 양수인이 상호 원만한 합의에 이르도록 노력하여야 하며, 분쟁이 원만히 해결되지 않는 경우에는 소제기에 앞서 한국저작권위원회에 조정을 신청할 수 있다.
- (2) 제1항에 따라 해결되지 아니할 때에는 대한민국의 민사소송법 등에 따른 관할

법원에서의 소송에 의해 해결토록 한다.

제13조 (비밀유지)

양 당사자는 본 계약의 체결 및 이행과정에서 알게 된 상대방에 관한 정보, 본 계약의 내용 및 대상저작물의 내용을, 상대방의 서면에 의한 승낙 없이 제3자에게 공개하여서는 아니 된다.

제14조 (기타부속합의)

- (1) 양도인과 양수인은 본 계약의 내용을 보충하거나, 이 계약에서 정하지 아니 한 사항을 규정하기 위하여 부속합의서를 작성할 수 있다.
- (2) 제1항에 따른 부속 합의는 본 계약의 내용과 배치되거나 위반하지 않는 범위 내에서 유효하다.

제15조 (계약의 해석 및 보완)

본 계약서에서 명시되어 있지 아니하거나 해석상 이견이 있을 경우에는 저작권 법, 민법 등을 준용하고 사회 통념과 조리에 맞게 해결한다.

제16조 (계약 효력 발생일)

본 계약의 효력은 계약 체결일로부터 발생한다. _____년 _____월 _____일

양도인 :

성명(인)

주민등록번호

주소

양수인 :

성명(인)

주민등록번호

주소

저작재산권 독점적 이용허락 계약서¹⁴⁷⁾

저작자 및 저작권 이용허락자 _____(이하 “권리자” 이라 함)와 저작권 이용자 _____(이하 “이용자” 라 함)는 아래 저작물 _____에 관한 저작재산권 이용허락과 관련하여 다음과 같이 계약을 체결한다.

다 음

제1조 (계약의 목적)

본 계약은 저작재산권 이용허락과 관련하여 권리자와 이용자 사이의 권리관계를 명확히 하는 것을 목적으로 한다.

제2조 (계약의 대상)

본 계약의 이용허락 대상이 되는 권리는 아래의 저작물(이하 “대상저작물”)에 대한 저작재산권 중 당사자가 합의한 권리로 한다.

제목(제호) :

저작자 :

종별 : ☐ 어문저작물, ☐ 음악저작물, ☐ 연극저작물, ☐ 미술저작물,
☐ 건축저작물, ☐ 사진저작물, ☐ 영상저작물, ☐ 도형저작물,
☐ 컴퓨터프로그램저작물, ☐ 기타()

권리 : ☐ 복제권, ☐ 공연권, ☐ 공중송신권(☐ 방송권, ☐ 전송권,
☐ 디지털음성송신권), ☐ 전시권, ☐ 배포권, ☐ 대여권,
☐ 2차적저작물작성권

제3조 (이용허락 기간)

대상저작물의 이용허락 기간은 ____년 ____월 ____일부터 ____년 ____월 ____일 까지 로 한다. 다만, 이용자가 권리자에게 제5조 제2항에 따른 이용료를 이용허락기간의 시작점인 ____년 ____월 ____일 이후에 지급한 경우, 대상저작물의 이용허락 기간은 이용료를 지급한 일자의 다음날부터 기산한다.

제4조 (권리자의 의무)

(1) 권리자는 이용자에게 대상저작물에 대하여 제2조에서 규정한 범위내에서 독점

147) 본 계약서는 문화체육관광부에서 마련한 저작권 표준계약서 4종 중 저작재산권 독점적 이용허락 계약서를 인용 한 것이다. 출 처 :

<http://www.mcst.go.kr/web/>

[s_data/generalData/dataView.jsp?pMenuCD=0405050000&pSeq=10](http://www.mcst.go.kr/web/s_data/generalData/dataView.jsp?pMenuCD=0405050000&pSeq=10)

적으로 이용하는 것을 허락한다.

- (2) 권리자는 이용자에게 ____년 ____월 ____일까지 대상저작물의 이용을 위해 필요한 상당한 자료를 인도하여야 한다. 만일, 대상저작물이 한국저작권위원회에 등록되어 있지 않은 경우, 이용자가 요청하면 권리자는 대상저작물의 저작권산권을 등록한 후 위 의무를 이행한다.

제5조 (이용자의 권리 및 의무)

- (1) 이용료는 저작물의 이용형태에 따라 다음 중 적합한 방식으로 상호 합의하여 결정할 수 있다.

지급방식	정액	일시금 분할	_____원
		정기지급	(예 : 월) _____원
	정률 기타	매출액 매출이익	_____%
지급시기	일시금	_____년 ____월 ____일	
	분할	- 1차 :	
		- 2차 :	
		- 3차 :	
	정기지급	□ 월 :	
		□ 분기 :	
		□ 년 :	
	□ 기타		

- (2) 이용자는 권리자에게 ____년 ____월 ____일까지 이용료 _____원을 지급한다. 지급방법에 관하여 당사자는 합의에 의하여 일시금으로 혹은 분할하여 지급하는 방법을 선택할 수 있다.
- (3) 이용자는 관례적으로 저작자 및 저작권자의 성명 등 표시를 허용하는 대상저작물을 이용하는 경우, 그 저작자 및 저작권자의 성명 등을 표시하여야 한다.
- (4) 이용자는 대상저작물의 이용함에 있어서 저작인격권을 침해하지 아니한다. 다만, 대상저작물의 본질적인 내용을 변경하지 않는 범위 내에서 권리자에게 그 사실을 사전에 고지한 후 사소한 수정 및 편집을 할 수 있다.

제6조 (확인 및 보증)

- (1) 권리자는 이용자에게 다음 각 호의 사항을 확인하고 보증한다.

1. 대상저작물의 저작권이용허락을 체결하는데 필요한 권리 및 권한을 적법

하게 보유하고 있다는 것

2. 대상저작물의 내용이 제3자의 저작권, 상표권, 인격권을 비롯한 일체의 권리를 침해하지 아니한다는 것
3. 본 계약을 체결하기 전 대상저작물은 제3자에게 저작권재산권이 양도되거나, 이용허락되었거나, 질권이 설정되는 등 이용자의 독점적 이용권을 제한하는 어떠한 부담도 존재하지 아니한다는 것
4. 본 계약에 따른 이용허락 기간 동안 제3자에게 대상저작물에 대한 저작권재산권의 양도, 이용허락, 질권의 설정 등 이용자의 독점적 이용권을 침해하는 어떠한 행위로 하지 아니한다는 것

(2) 이용자는 권리자에게 다음 각호의 사항을 확인하고 보증한다.

1. 대상저작물 이용허락권을 권리자의 동의 없이 제3자에게 양도하거나 재이용을 허락하지 아니하는 것
2. 대상저작물을 제3자의 명예권을 비롯한 인격적 권리를 침해하는 방식으로 이용하지 아니할 것

제7조 (계약내용의 변경)

본 계약 내용 중 일부를 변경할 필요가 있는 경우에는 권리자와 이용자의 서면합의에 의하여 변경할 수 있으며, 그 서면합의에서 달리 정함이 없는 한, 변경된 사항은 그 다음날부터 효력을 가진다.

제8조 (계약의 해지)

- (1) 당사자는 천재지변 또는 기타 불가항력으로 계약을 유지할 수 없는 경우에 본 계약을 해지할 수 있다.
- (2) 당사자는 상대방이 정당한 이유 없이 본 계약을 위반하는 경우에 상당한 기간을 정하여 상대방에게 그 시정을 최고하고, 상대방이 그 기간이 지나도 록 이행하지 아니하는 경우에는 계약을 해지할 수 있다. 다만, 상대방이 명백한 시정 거부위사를 표시하였거나 위반 사항의 성격상 시정이 불가능하다는 것이 명백히 인정되는 경우에는 위와 같은 최고 없이 계약을 해지할 수 있다.
- (3) 본 계약에 대한 해지권의 행사는 상대방에 대한 손해배상청구권 행사에 영향을 미치지 아니한다.

제9조 (손해배상)

당사자가 정당한 이유 없이 본 계약을 위반하는 경우, 그로 인하여 상대방에게 발생한 모든 손해를 배상할 책임이 있다. 다만, 제8조 1항의 사유로 본 계약을 이행하지 못한 경우에는 손해배상책임을 면한다.

제10조 (비용의 부담)

계약 체결에 따른 비용은 당사자가 동등하게 부담한다.

제11조 (분쟁해결)

- (1) 본 계약에서 발생하는 모든 분쟁은 권리와 이용자가 상호 원만한 합의에 이르도록 노력하여야 하며, 분쟁이 원만히 해결되지 않는 경우에는 소제기 에 앞서 한국저작권위원회에 조정을 신청할 수 있다.
- (2) 제1항에 따라 해결되지 아니할 때에는 대한민국의 민사소송법 등에 따른 관할 법원에서의 소송에 의해 해결토록 한다.

제12조 (비밀유지)

양 당사자는 본 계약의 체결 및 이행과정에서 알게 된 상대방에 관한 정보, 본 계약의 내용 및 대상저작물의 내용을, 상대방의 서면에 의한 승낙 없이 제3자 에게 공개하여서는 아니 된다.

제13조 (기타부속합의)

- (1) 권리와 이용자는 본 계약의 내용을 보충하거나, 이 계약에서 정하지 아니 한 사항을 규정하기 위하여 부속합의서를 작성할 수 있다.
- (2) 제1항에 따른 부속 합의는 본 계약의 내용과 배치되거나 위반하지 않는 범위 내에서 유효하다.

제14조 (계약의 해석 및 보완)

본 계약서에서 명시되어 있지 아니하거나 해석상 이견이 있을 경우에는 저작권 법, 민법 등을 준용하고 사회 통념과 조리에 맞게 해결한다.

제15조 (계약 효력 발생일)

본 계약의 효력은 계약 체결일로부터 발생한다. ____년 ____월 ____일

양도인 :

성명(인)

주민등록번호

주소

양수인 :

성명(인)

주민등록번호

주소

저작권재산권 비독점적 이용허락 계약서¹⁴⁸⁾

저작자 및 저작권 이용허락자 _____(이하 “권리자” 이라 함)와 저작권 이용자 _____(이하 “이용자” 이라 함)는 아래 저작물 _____에 관한 저작권재산권 이용허락과 관련하여 다음과 같이 계약을 체결한다.

다 음

제1조 (계약의 목적)

본 계약은 저작권재산권 이용허락과 관련하여 권리자와 이용자 사이의 권리관계를 명확히 하는 것을 목적으로 한다.

제2조 (계약의 대상)

본 계약의 이용허락 대상이 되는 권리는 아래의 저작물(이하 “대상저작물”)에 대한 저작권재산권 중 당사자가 합의한 권리로 한다.

제목(제호) :

저작자 :

종별 : ☐ 어문저작물, ☐ 음악저작물, ☐ 연극저작물, ☐ 미술저작물,
☐ 건축저작물, ☐ 사진저작물, ☐ 영상저작물, ☐ 도형저작물,
☐ 컴퓨터프로그램저작물, ☐ 기타()

권리 : ☐ 복제권, ☐ 공연권, ☐ 공중송신권(☐ 방송권, ☐ 전송권,
☐ 디지털음성송신권), ☐ 전시권, ☐ 배포권, ☐ 대여권,
☐ 2차적저작물작성권

제3조 (이용허락 기간)

대상저작물의 이용허락 기간은 ____년 ____월 ____일부터 ____년 ____월 ____일 까지 로 한다. 다만, 이용자가 이용허락자에게 제5조 제2항에 따른 이용료를 이용허락기간의 시작점인 ____년 ____월 ____일 이후에 지급한 경우, 대상저작물의 이용 허락 기간은 사용료를 지급한 일자의 다음날부터 기산한다.

제4조 (권리자의 의무)

(1) 권리자는 이용자에게 대상저작물에 관하여 본 계약서 제2조에 따른 저작권

148) 본 계약서는 문화체육관광부에서 마련한 저작권 표준계약서 4종 중 저작권재산권 비독점적 이용허락 계약서를 인용 한 것이다. 출처: http://www.mcst.go.kr/web/s_data/generalData/dataView.jsp?pMenuCD=0405050000&pSeq=10

권을 이용할 권리를 제3조의 기간 동안 비독점적으로 허락한다.

- (2) 권리자는 이용자에게 ____년 ____월 ____일까지 대상저작물의 이용을 위해 필요한 상당한 자료를 인도하여야 한다. 다만, 대상저작물이 한국저작권위원회에 등록되어 있지 않은 경우 이용자의 요청하면 이용허락자는 대상저작물의 저작권 재산을 등록한 후 위 의무를 이행한다.
- (3) 권리자는 대상저작물에 제3자의 이용허락권, 질권 등이 존재하는 경우, 이용자에게 그 사실을 사전에 알려야 한다.
- (4) 권리자는 대상저작물의 저작권재산권 전부 또는 일부를 제3자에게 양도하거나 이에 대하여 질권을 설정하고자 하는 경우, 사전에 이용자에게 이 사실을 통보하여야 한다.

제5조 (이용자의 권리 및 의무)

- (1) 이용자는 대상저작물을 제3조의 이용허락 기간 동안 제2조의 이용 허락을 받은 범위 내에서 비독점적으로 자유롭게 이용할 수 있다.
- (2) 이용료는 저작물의 이용형태에 따라 다음 중 적합한 방식으로 상호 합의하여 결정할 수 있다.

지급방식	정액	일시금 분할	_____원
		정기지급	(예 : 월) _____원
	정률	매출액 매출이익	_____%
	기타		

지급시기	일시금	_____년 ____월 ____일
	분할	- 1차 :
		- 2차 :
		- 3차 :
	정기지급	□ 월 :
		□ 분기 :
		□ 년 :
	□ 기타	

- (3) 이용자는 대상저작물의 이용권을 제3자에게 양도하거나 이에 대하여 질권을 설정하고자 하는 경우 권리자의 문서에 의한 동의를 받아야 한다.
- (4) 이용자는 관례적으로 저작자 및 저작권재산권자의 성명 등 표시를 허용하는 대상저작물을 이용하는 경우, 그 저작자 및 저작권재산권자의 성명 등을 표시하여야 한다.
- (5) 이용자는 대상저작물의 이용함에 있어서 저작인격권을 침해하지 아니한다. 다

만, 대상저작물의 본질적인 내용을 변경하지 않는 범위 내에서 권리자에게 그 사실을 사전에 고지한 후 사소한 수정 및 편집을 할 수 있다.

제6조 (확인 및 보증)

(1) 권리자는 이용자에게 다음 각 호의 사항을 확인하고 보증한다.

1. 대상저작물의 저작권이용허락을 체결하는데 필요한 권리 및 권한을 적법하게 보유하고 있다는 것
2. 대상저작물의 내용이 제3자의 저작권, 상표권, 인격권을 비롯한 일체의 권리를 침해하지 아니한다는 것
3. 대상저작물에 대하여 이용자에게 사전에 알린 제3자의 권리 외에는 이용자의 이용을 제한할 수 있는 부담이 더 이상 존재하지 아니한다는 것

(2) 이용자는 권리자에게 다음 각호의 사항을 확인하고 보증한다.

1. 대상저작물 이용허락권을 권리자의 동의 없이 제3자에게 양도하거나 재이용을 허락하지 아니하는 것
2. 대상저작물을 제3자의 명예권을 비롯한 인격적 권리를 침해하는 방식으로 이용하지 아니할 것

제7조 (계약내용의 변경)

본 계약 내용 중 일부를 변경할 필요가 있는 경우에는 권리자와 이용자의 서면합의에 의하여 변경할 수 있으며, 그 서면합의에서 달리 정함이 없는 한, 변경된 사항은 그 다음날부터 효력을 가진다.

제8조 (계약의 해지)

- (1) 당사자는 천재지변 또는 기타 불가항력으로 계약을 유지할 수 없는 경우에 본 계약을 해지할 수 있다.
- (2) 당사자는 상대방이 정당한 이유 없이 본 계약을 위반하는 경우에 상당한 기간을 정하여 상대방에게 그 시정을 최고하고, 상대방이 그 기간이 지나도록 이행하지 아니하는 경우에는 계약을 해지할 수 있다. 다만, 상대방이 명백한 시정거부의사를 표시하였거나 위반 사항의 성격상 시정이 불가능하다는 것이 명백히 인정되는 경우에는 위와 같은 최고 없이 계약을 해지할 수 있다.
- (3) 본 계약에 대한 해지권의 행사는 상대방에 대한 손해배상청구권 행사에 영향을 미치지 아니한다.

제9조 (손해배상)

당사자가 정당한 이유 없이 본 계약을 위반하는 경우, 그로 인하여 상대방에게 발생한 모든 손해를 배상할 책임이 있다. 다만, 제8조 제1항의 사유로 본 계약을 이행하지 못한 경우에는 손해배상책임을 면한다.

제10조 (비용의 부담)

계약 체결에 따른 비용은 권리자와 이용자가 동등하게 부담한다.

제11조 (분쟁해결)

- (1) 본 계약에서 발생하는 모든 분쟁은 권리자와 이용자가 상호 원만한 합의에 이르도록 노력하여야 하며, 분쟁이 원만히 해결되지 않는 경우에는 소제기에 앞서 한국저작권위원회에 조정을 신청할 수 있다.
- (2) 제1항에 따라 해결되지 아니할 때에는 대한민국의 민사소송법 등에 따른 관할 법원에서의 소송에 의해 해결토록 한다.

제12조 (비밀유지)

양 당사자는 본 계약의 체결 및 이행과정에서 알게 된 상대방에 관한 정보, 본 계약의 내용 및 대상저작물의 내용을, 상대방의 서면에 의한 승낙 없이 제3자에게 공개하여서는 아니 된다.

제13조 (기타부속합의)

- (1) 권리자와 이용자는 본 계약의 내용을 보충하거나, 이 계약에서 정하지 아니한 사항을 규정하기 위하여 부속합의서를 작성할 수 있다.
- (2) 제1항에 따른 부속 합의는 본 계약의 내용과 배치되거나 위반하지 않는 범위 내에서 유효하다.

제14조 (계약의 해석 및 보완)

본 계약서에서 명시되어 있지 아니하거나 해석상 이견이 있을 경우에는 저작권법, 민법 등을 준용하고 사회 통념과 조리에 맞게 해결한다.

제15조 (계약 효력 발생일)

본 계약의 효력은 계약 체결일로부터 발생한다. ____년 ____월 ____일

양도인 :

성명(인)

주민등록번호

주소

양수인 :

성명(인)

주민등록번호

주소

Abstract

Copyright Issues in Planning and Management of an Exhibition at Art Museums

Ryou, Dayeon (Iris)

Arts Management, Interdisciplinary Program

The Graduate Program

Seoul National University

Art museums provide the public an opportunity to acquire knowledge of culture and arts through its curatorial and educational programs. Hence, its public value and educational role are repeatedly accentuated in society. To fulfill its social expectation, today's art museums place greater emphasis on its ability to manage service-oriented programs, such as exhibitions, and initiate a mutual interaction between the audience and the institution through such programs.

Moreover, the artworks displayed in exhibitions at art museums are pictorial, graphic, and sculptural works that are subject to copyright law in Korea. In consequence, the practice of art curators require a good deal of attention; they must search for a rightful way to use the works and be careful not to infringe on the copyright of the copyright holders. However, not only the number of precedents related

to pictorial, graphic, and sculptural works are few in Korea, but also the researches related to such works are mainly written in the aspect of authors. It is, therefore, hard for the curators to refer to and obtain relevant information about copyright in performing their duties. Thus, there is a further need to study copyright law in their viewpoint.

Under the current circumstance, copyright law issues that the curators can encounter during planning and management of an exhibition are discussed in this research. The discussion begins by pointing out the absence of an article that defines 'display' in the Copyright Act of Korea. Then the paper analyzes interpretations of the court and academia on 'display' and the differences between their understanding of the term with that of museology. These observations of the differences provide an opportunity to analyze the legal controversies that the current curatorial practice in art museums can face, especially when the spectrum of exhibition space is expanding increasingly.

Furthermore, in the process of exhibition planning and management, artworks are subject to being reproduced, distributed and digitally transmitted on the Internet. The paper focuses, in particular, on the photographing of the artworks and the installation view of an exhibition. The legal issues the curators could face when utilizing photographed images for exhibition catalogues and publicity are examined. The circumstances of uploading the photographed images on SNS by the audiences are also studied.

At last, the types of copyright contracts relevant to exhibitions and necessary articles that need to be included in a contract are analyzed. While doing so, the frequency of artwork's divergence between copyright holder and the

owner through purchase and the variation of contract forms from oral to written are taken into account.

Theoretically approaching the copyright issues that could arise in exhibition planning and management at art museums is for the curators in practice as well as for the public, especially when the social benefits the museum exhibitions can provide to the public are considered. Therefore, this research is meaningful in that it not only provides basic knowledge of copyright law to curators but also promotes the development of artistic abilities and creative skills of society as a whole.

Keywords : Art Exhibition, Exhibition Planning, Public
Display Right, Reproduction Right, Distribution
Right, Copyright Contract

Student Number : 2014-22752